



Industry  
Canada

Industrie  
Canada

Government  
Publications

CAI  
IST  
-I55

# INDUSTRY CANADA: Making a Difference

3 1761 11765467 3



*Our Priorities for  
1999 - 2000*

Canada 



Digitized by the Internet Archive  
in 2022 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761117654673>



# **INDUSTRY CANADA:** **Making a Difference**



*Our Priorities for  
1999 - 2000*

Readers interested in additional detail are invited to consult Industry Canada's 1999-2000 Estimates, Part III — *Report on Plans and Priorities*, which is available electronically on the World Wide Web at: <http://info.ic.gc.ca/epublications>

*Industry Canada: Making a Difference — Our Priorities for 1999-2000* is also available electronically at the same address.

This publication can be made available in alternative formats for persons with disabilities, upon request. Contact the Information Distribution Centre at the numbers listed below.

For additional copies of this publication, please contact:

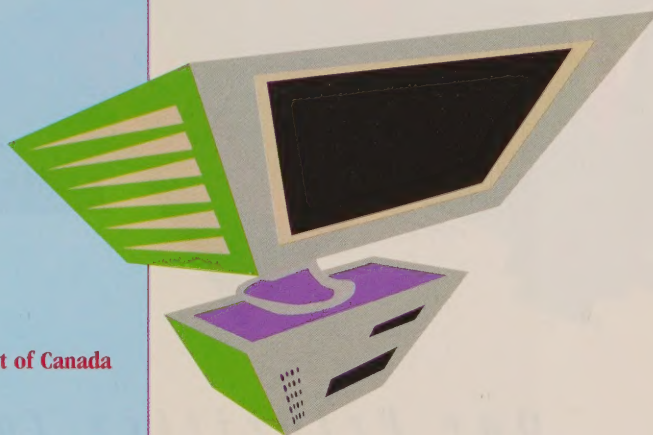
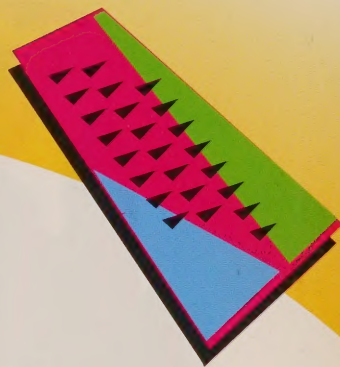
Information Distribution Centre  
Communications Branch  
Industry Canada  
Room 205D, West Tower  
235 Queen Street  
Ottawa ON K1A 0H5

Tel.: (613) 947-7466  
Fax: (613) 954-6436  
E-mail: [publications@ic.gc.ca](mailto:publications@ic.gc.ca)

© Her Majesty the Queen in Right of Canada  
(Industry Canada) 1999  
Cat. No. C1-12/2000  
ISBN 0-662-64279-1  
52740B



10% Post-consumer fibre



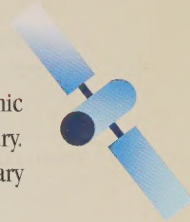


# Industry Canada

## Minister's Message



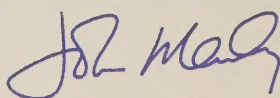
making  
a difference



**A**s we approach the new millennium, our vision of Canada is that of a strong and dynamic country, poised to become a global leader in the knowledge-based economy of the 21st century. The Industry Portfolio, which brings together 13 departments and agencies with complementary goals and objectives, plays an important role in helping Canadians to achieve this vision.

As a member of the Portfolio, Industry Canada works with its partners and stakeholders to promote growth in productivity, employment and income, and thereby help Canada to improve its standard of living. In order to achieve this, Canada needs an economy that is growing, sustainable, and able to support the needs and ambitions of citizens and businesses as they adapt to the global, knowledge-based economy. To help the private sector create economic growth, Industry Canada has set five strategic objectives, targeted at innovation, connectedness, marketplace, investment and trade.

This document sets out the performance commitments that Industry Canada is making to its clients. It establishes commitments for each of the department's five strategic objectives, and indicates what Industry Canada and its partners plan to achieve. It also illustrates the department's goal to be a leader in the public service of Canada in innovative management practices. Industry Canada is acting upon the government's commitment to report more clearly to Canadians on results. In essence, this document tells the story of how Industry Canada is *making a difference*.



John Manley  
Minister of Industry



Visit our Web site @ <http://info.ic.gc.ca>



# Contents

## Industry Canada: Making a Difference

Helping make Canadians more productive and competitive  
in the global, knowledge-based economy .....

Industry Canada Priorities Chart .....

Industry Canada On-line .....

## Innovation

Improving Canada's innovation performance  
and the transition to a knowledge-based economy .....

## Connectedness

Making Canada the most connected nation in the world .....

## Marketplace

Building a fair, efficient and competitive marketplace .....

## Investment

Improving conditions for investment in the Canadian economy .....

## Trade

Working with Canadian companies to increase Canada's  
share of global trade .....

## Corporate and Management Services

Supporting the department's programs and services .....

## Further Information

Appendix A: Industry Portfolio Organizational Structure .....	19
Appendix B: Industry Canada: How to Reach Us .....	20
Appendix C: Industry Canada's Regional Offices .....	22
Appendix D: Industry Canada and the Industry Portfolio .....	23
Appendix E: International Trade Centres .....	24
Appendix F: Canada Business Service Centre Internet Addresses .....	26

1  
3  
4

5

7

11

13

15

18

19



# Industry Canada:

## Making a Difference



Industry Canada's mandate is to help make Canadians more productive and competitive in the global, knowledge-based economy. The department's policies, programs and services help create an economy that

- provides more and better-paying jobs for Canadians;
- supports stronger business growth through sustained improvements in productivity; and
- gives consumers, businesses and investors confidence that the marketplace is fair, efficient and competitive.

Jobs, incomes and our overall standard of living depend on an economy that is growing, sustainable, and able to support the needs and ambitions of citizens and businesses as they adapt to the global, knowledge-based economy. Improving productivity growth will mean that governments can direct resources to address Canadians' social, economic and environmental priorities, and continue to support the programs that Canadians value and that enhance quality of life. It will mean that industry will have the resources it needs to target investment in growth-enhancing sectors and technologies, thus remaining competitive and building a sustainable future. It will also mean that

*Industry Canada's  
mandate is to help  
make Canadians  
more productive  
and competitive  
in the global,  
knowledge-based  
economy.*

individual Canadians will have the opportunity to participate in a thriving economy through increased employment and better jobs, and to save and invest for the future.

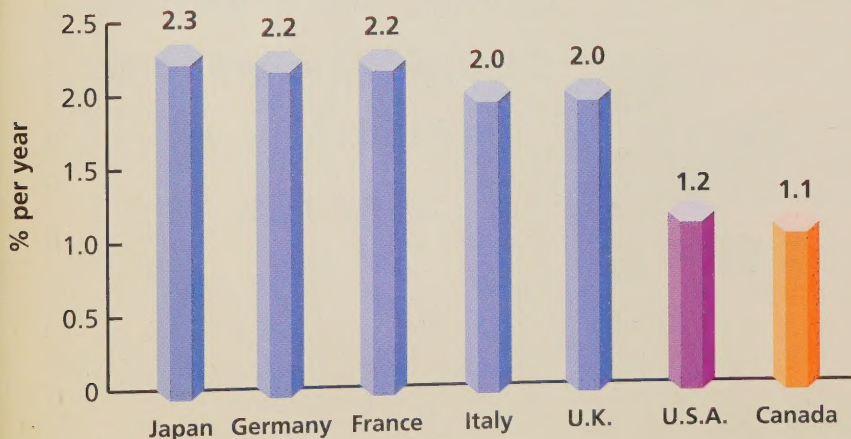
### Canada's Standard of Living

Canada enjoys a high standard of living compared with most of the world. In 1998, the United Nations again ranked Canada number one in terms of quality of life. The past several years have been good-news years for Canada's economy: we have had low inflation, low interest rates and significant

job gains (a net gain of more than 1.5 million new jobs since the end of 1993). The following points provide an overview of Canada's recent economic performance.

- The macro-economic climate is right for productivity growth.
- Labour productivity performance has begun to improve.
- Canada is the most open of the G-7 countries in terms of trade and investment.
- Canada is building an excellent base to become the most connected country in the world by the year 2000.
- We are first in the world in producing knowledge workers.

### G-7 Labour Productivity Growth, 1979-97 (Business Sector)



Source: Organisation for Economic Co-operation and Development (December 1998) except Canada (Statistics Canada) and U.S.A. (Bureau of Labor Statistics)



Although the steps taken since 1994 to inject greater dynamism into our economy have begun to show signs of paying off, Canada's long-term productivity performance must improve if we are to realize a higher standard of living for all Canadians. Our productivity performance has lagged in relation to that of our main competitors. According to the OECD, we have had one of the lowest rates of growth in labour productivity among the G-7 countries for the past 20 years (see graph on page 1). Improving this poor performance will be the key to our long-term economic well-being.

## Industry Canada: Adding Value

Improving productivity growth is a broad societal challenge. Maintaining Canada's enviable position as number one in the world in terms of quality of life will take a concerted effort by all sectors of the economy and society: businesses, governments, communities and individuals. Our standard of living, the primary indicator of our quality of life, depends directly on the actions taken by all of these sectors toward long-term productivity growth. However, since it is the main wealth creator in the economy, there is no question that the *private sector* must lead the campaign to improve productivity growth.

There is ample evidence that the world economy and society are undergoing a fundamental change — the shift to knowledge-based growth. In the knowledge-based economy, the effective management of knowledge is becoming the decisive determinant of success. In the long run, knowledge, especially technological knowledge, and a work force with the skills to apply this knowledge, are the main sources of productivity and income growth, and improvement in the quality of life. For this reason, the transition to the knowledge-based economy is the lens through which Industry Canada examines each of its policies and programs.

Over the next year, the department will intensify its efforts on five strategic micro-economic objectives in order to build the competitive advantage Canada needs for long-term productivity growth:

- improving Canada's **innovation** performance;
- making Canada the most **connected** nation in the world;
- building a fair, efficient and competitive **marketplace**;
- improving conditions for **investment**; and
- increasing Canada's share of global **trade**.

## Industry Canada: Reaching Clients

Industry Canada delivers to Canadians a broad range of programs and services that are focussed on the achievement of its five strategic objectives. The department's programs and services are designed to benefit a diverse client base across Canada. To reach its clients, Industry Canada collaborates extensively with partners at all levels of government and the private sector, and has become a leader in providing leading-edge service products such as the Canada Business Service Centres, and Internet services such as *Strategis* (<http://strategis.ic.gc.ca>) and *ExportSource* (<http://exportsource.gc.ca>). These provide businesses and individuals with strategic information services 24 hours a day, seven days a week. For clients who prefer personal contact with the department, Industry Canada has regional offices, as well as local service points located in 50 communities.

*The transition to  
the knowledge-based  
economy is the lens  
through which Industry  
Canada examines each  
of its policies and  
programs.*





# Industry Canada Priorities Chart

## JOBS AND GROWTH AGENDA

- Productivity Growth • Employment Growth
- Income Growth

ENTER

## TRANSITION TO THE KNOWLEDGE-BASED ECONOMY

ENTER

## INDUSTRY CANADA: MEETING THE CHALLENGE

## STRATEGIC OBJECTIVES

### INNOVATION

Improving Canada's innovation performance and the transition to a knowledge-based economy

### CONNECTEDNESS

Making Canada the most connected nation in the world

### MARKETPLACE

Building a fair, efficient and competitive marketplace

### INVESTMENT

Improving conditions for investment in the Canadian economy

### TRADE

Working with Canadian companies to increase Canada's share of global trade

ENTER

## KEY RESULTS

- ▶ Increased recognition of innovation as a critical success factor by organizations in all sectors
- ▶ Expanded knowledge base, especially in fields with good opportunities for early application
- ▶ Accelerated commercialization and adoption of innovative processes and products by Canadian organizations

- ▶ Canadians connected to each other and to the world in a way that is affordable and accessible
- ▶ A world-leading environment for electronic commerce
- ▶ Canadian digital content and applications on-line maximized

- ▶ A fair, efficient and competitive marketplace framework created and maintained for businesses, consumers and investors
- ▶ Behavioural change induced so that the marketplace operates in accordance with the framework statutes, regulations, policies and procedures
- ▶ Confidence instilled that the marketplace is fair, efficient and competitive

- ▶ Improved domestic and international investment climate
- ▶ Increased awareness of Canada as an investment location of choice
- ▶ Increased attraction and retention of multinational investment in Canada
- ▶ Increased investment by SMEs and by Aboriginal businesses

- ▶ Secure market access maintained and improved
- ▶ Export capability and preparedness — internationally competitive and export-oriented industries and firms
- ▶ International market development — increased exports of Canadian goods and services



## Industry Canada On-line

**Strategis**

<http://strategis.ic.gc.ca>

### Canadian Company Capabilities

<http://strategis.ic.gc.ca/cdncc>

### Canadian Business Map

<http://commercecan.ic.gc.ca>

### Sources of Financing

<http://strategis.ic.gc.ca/sources>

### Technology Roadmaps

<http://strategis.ic.gc.ca/trm>

### Contact!

<http://strategis.ic.gc.ca/contact>

### Canadian Industry Statistics

<http://strategis.ic.gc.ca/cis>

### Guide to Canadian Industries (GCI)

<http://strategis.ic.gc.ca/gci>

### Steps to Competitiveness

<http://strategis.ic.gc.ca/steps>

### Steps to Growth Capital

<http://strategis.ic.gc.ca/growth>

### Trade Data Online

<http://strategis.ic.gc.ca/tdo>

### Consumer Connection

<http://strategis.ic.gc.ca/oca>

### Research, Technology and Innovation

<http://strategis.ic.gc.ca/til>

## Services and Regulations

### Canadian Intellectual Property Office (CIPO)

<http://cipa.gc.ca>

### Competition Bureau

<http://competition.ic.gc.ca>

### Measurement Canada

<http://strategis.ic.gc.ca/meascan>

### Radio Spectrum Management and Telecommunications

<http://strategis.ic.gc.ca/spectrum>

### Office of the Ethics Counsellor

<http://strategis.ic.gc.ca/ethics>

### Corporations Directorate

<http://strategis.ic.gc.ca/corporations>

### Lobbyists Registration System

<http://strategis.ic.gc.ca/lobbyist>

### Office of the Superintendent of Bankruptcy

<http://osb-bsf.ic.gc.ca>



# Innovation

Improving Canada's innovation performance  
and the transition to a knowledge-based economy

Innovation and knowledge are the new raw materials of the 21st century economy. Canadians must innovate; we must expand our knowledge and ability to do new things, and to do old things in better ways. Innovation improves productivity and competitiveness in all sectors of our economy and society. Studies by the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) suggest that an "innovation gap" separates Canada from our competitors. Although it has been reduced over time, a sizable gap still remains.

The federal government has made a major commitment to promoting innovation. Large investments have been made in Canada's knowledge infrastructure:

- the Canada Foundation for Innovation (<http://www.innovation.ca>);
- Networks of Centres of Excellence (<http://www.nce.gc.ca>);
- research granting councils (<http://www.nserc.ca>), (<http://www.sshrc.ca>), (<http://www.crm.gc.ca>);
- the Canadian Network for the Advancement of Research, Industry and Education (CANARIE) (<http://www.canarie.ca>); and
- the Pre-Competitive Applied Research Network (PRECARN) (<http://www.precarn.ca>).

Private sector innovation and research are encouraged through the most generous system of tax credits in the world. The government has also made itself a partner in several strategic, near-market innovative technologies through targeted investments.

## Increased recognition of innovation as a critical success factor by organizations in all sectors

Industry Canada will promote the adoption of an "innovation culture" throughout Canadian society. For Canadian productivity to improve in the long term, Canadian organizations in all parts of the economy — education, business, not-for-profit organizations and government — must recognize innovation as a critical success factor and act upon this recognition.

## *Innovation and knowledge are the new raw materials of the 21st century economy.*

The Prime Minister's Advisory Council on Science and Technology (ACST) (<http://acst-ccst.gc.ca>) provides advice to government on ways to better integrate innovation into all facets of the economy. The ACST, which is supported by Industry Canada, was established to provide expert, external advice on how science and technology could best contribute to the government's agenda of increased growth, improved productivity and jobs. The council

is mandated to review the nation's performance in science and technology, identify emerging issues, and advise on a forward-looking agenda.

Key initiatives of the ACST in 1999-2000 will include the work of two expert panels set up under the council. One panel has reported to the ACST on the current state of the commercialization of university research in Canada, and the ACST is pursuing the panel's recommendations. A second panel will report on Canada's present and future supply of highly skilled workers and, if necessary, make recommendations for improvements in this area.

The returns on Canadian investments in innovation have been high. Research shows that highly innovative Canadian industries

- have six to nine times higher productivity growth in comparison with other industries;
- experience twice the growth of low innovation industries;
- generate the best jobs — which require greater education and skill, and provide pay that is 60 percent higher than that provided by low innovation industries; and
- are twice as likely to export compared with their lower innovation counterparts.

## Expanded knowledge base, especially in fields with good opportunities for early application

Canada ranks relatively low among industrialized nations in the amount of research funded and performed, and in the number of scientists and engineers in the work force. Indeed, more than two thirds of Canada's technological inputs come from foreign sources and, despite a high level of expenditure on public education, Canada has relatively few researchers in the labour force. In order to improve this situation, Industry Canada will continue to support generators of knowledge and help ensure that new ideas have ready access to markets.

For example, Industry Canada is implementing the Canadian Biotechnology Strategy announced in August 1998, which established a new policy framework, a new broad-based external advisory body, and new coordination machinery to guide federal biotechnology efforts and decisions. Because biotechnology is changing our understanding of the basic "building blocks" of life processes, a commitment of \$55 million over three years for biotechnology research and development (R&D) was announced in the 1999 budget.

## Accelerated commercialization and adoption of innovative processes and products by Canadian organizations

New ideas and processes generate the highest return when they have been put into practical application. The OECD identified the relatively slow take-up of innovative activity in Canada as a key component of the innovation gap. Industry Canada must work to stimulate the interaction between science and industry in order to bring new products and services to market as quickly as possible ([http://strategis.ic.gc.ca/sc\\_innov/engdoc/homepage.html](http://strategis.ic.gc.ca/sc_innov/engdoc/homepage.html)).

*TPC leverages more than four dollars of private sector R&D spending for every dollar it contributes.*

Technology Partnerships Canada (TPC) (<http://tpc.ic.gc.ca>) is an example of how Industry Canada promotes the development and commercialization of innovation by investing in technology development. In partnership with the private sector, TPC invests in high-risk near-market development and demonstration projects across Canada. TPC leverages more than four dollars of private sector R&D spending for every dollar it contributes.

### Technology Partnerships Canada

TPC invests an annual base budget of \$300 million in priority areas such as:

- environmental technologies that address climate change and sustainable development;
- biotechnologies that improve the health of Canadians and improve the productivity of our agriculture, aquaculture and resource sectors;
- advanced manufacturing technologies and advanced materials that have strong enabling effects across the economy;
- leading-edge information and communications technologies (ICTs); and
- the development of new products and technologies for Canada's aerospace and defence industry.



# Connectedness

## Making Canada the most connected nation in the world

Businesses and consumers must adapt to a more competitive global environment where success depends on the development, acquisition and use of knowledge. Connecting businesses and citizens to the Information Highway, particularly the Internet, plays a central role in helping economies successfully adapt to these new realities. This is why the Government of Canada established its goal of making Canada the most connected nation in the world by the year 2000.

Connected businesses are well positioned to take advantage of local and global opportunities and innovations that lead to increased productivity and prosperity. Connected citizens have access to the knowledge they need to develop their

skills, stay abreast of new technological developments, and acquire ideas that lead to new and more effective ways of contributing to the economy and society.

Through this "connected" competitive advantage, countries can offer unique products and services for trade and become attractive locations for investment.

Canada is meeting this connectedness challenge. The private sector, through the ICT industry, is building the "backbone" infrastructure. Canada has one of the best communications infrastructures in the world and is a leader in telecommunications service, quality, market development and rates. The government continues to play an important role in support of the private sector by setting out new domestic policy

and regulatory frameworks. These have led to the availability of new radio frequency spectrum, and the promotion of competition in the ICT industry, and have contributed toward making Canada a world location of choice for developing electronic commerce products and services. The ultimate challenge, however, is to ensure that Canadian citizens and businesses use this connectedness to their advantage in seizing opportunities in the knowledge-based economy.

Industry Canada's contribution to the government's goal of making Canada a connected nation will focus on activities and programs that support each of the six pillars of the Connecting Canadians initiative (*see below*).

### Connecting Canadians <http://www.connect.gc.ca>

Canada  
On-line

Smart  
Communities

Canadian  
Governments  
On-line

Connecting  
Canada  
to the  
World

Canadian  
Content  
On-line

Electronic  
Commerce

## Canadians connected to each other and to the world in a way that is affordable and accessible

**Canada On-line** is providing all Canadians with access to a world-class infrastructure. Industry Canada supports the private sector in leading infrastructure development. Industry Canada will continue to modernize the legislative and regulatory frameworks and pursue telecommunications policies that encourage competition, in turn fostering innovation and investment.

With financial support from Industry Canada, CANARIE, a public-private sector partnership, has become renowned as a world leader in broadband research. Among its achievements is the creation of CA\*Net II, a broadband network that offers network access speeds up to 1,000 times as fast as today's Internet connections. CANARIE is currently implementing the next generation

## Preparing for Year 2000

The government has made Year 2000 preparedness for the millennium computer bug a priority. Industry Canada's Year 2000 Task Force Secretariat is responsible for ensuring that consumers are kept informed and that all reasonable efforts are made to encourage the private sector to meet the challenges posed by Year 2000.

broadband network, CA\*Net 3, the world's first and fastest national optical Internet. CA\*Net 3 will facilitate the development of advanced Internet applications in areas such as electronic commerce and lifelong learning. It positions Canada as a leader internationally with an advanced Internet infrastructure. Industry Canada also provides leadership in the international arena to ensure that Canada benefits from harmonized standards, regulations and other marketplace imperatives.

***Canada is  
the first country  
in the world  
to connect all  
of its schools  
and libraries to  
the Internet.***

**Canada's SchoolNet**, in partnership with the provinces and territories, determined a vision and set a goal in November 1994 to see all Canadian schools linked to the Internet by March 31, 1999. Achieving this goal was a critical milestone in placing Canada among the most connected nations in the world. It was accomplished through a visionary SchoolNet partnership between federal, provincial and territorial governments, the private sector, educational organizations, school boards, schools, principals, teachers, students and parents. Canada is the first country in the world to connect all of its schools, including First Nations schools, and libraries to the Internet.

In its second phase, Canada's SchoolNet will continue to work with the provinces and the private sector to extend connectivity from schools to classrooms.

The best telecommunications infrastructure in the world does not guarantee that citizens have access to it, can afford it, and know how to use it productively. In partnership with the provinces and territories, the private sector, and volunteers, Industry Canada has a number of programs to help Canadians connect to the Information Highway. Industry Canada will continue to work with our partners to provide sustainable information technology to more Canadians in more locations across the country.



As of March 31, 1999, the **Computers for Schools (CFS)** program had delivered 125,000 computers to Canadian schools and libraries. CFS plans to deliver a further 60,000 computers in 1999-2000 and 65,000 in 2000-01, to reach its total objective of 250,000 computers to schools and libraries by March 31, 2001.

Through the **Community Access Program (CAP)**, up to 10,000 public access centres will be established by March 31, 2001; urban communities and all remote and rural communities with populations of more than 400 will be connected.

Industry Canada will connect 4,000 voluntary organizations to the Internet in 1999-2000, through the **Voluntary Sector Network Support Program (VolNet)**, whose goal is to connect 10,000 such organizations across Canada by March 2001. The department will also work with the friends of the **Student Connection Program (<http://scp-ebb.com>)** board to increase private sector involvement in the program.

**Smart Communities** is partnering with communities and local industry to support pilot projects that use ICTs to link people and organizations together, stimulate productivity and innovation, foster demand for high technology goods and services, and address local economic and social needs. Industry Canada will begin to implement the vision in the Panel on Smart Communities report, by launching a series of Smart Communities demonstration projects across Canada and developing on-line learning tools to support new Smart Communities. The goal is to establish at least one of these Smart Communities projects in each of the provinces, in the North and in an Aboriginal community.

## Communications Research Centre's Virtual Classroom

Canadian students aged 5 to 18 are using the Communications Research Centre's broadband networks to tackle all kinds of issues with their counterparts in participating schools in Europe and Asia. Developing education applications for broadband communications enriches learning for students. The Virtual Classroom project uses a high-speed fibre-based network to link with students all over the world. Students in Singapore, Switzerland, Germany and Ireland have been connected with students in Ottawa participating in the virtual learning experiment over the past year. When people talk to each other using real-time interactive video screens, a dynamic and stimulating learning environment results. The project is another example of Industry Canada connecting people globally and encouraging innovative teamwork and international collaboration.

[www.crc.gc.ca](http://www.crc.gc.ca)

**Canadian Governments On-line** is applying emerging ICTs to better serve clients (citizens and businesses), especially via the Internet. Industry Canada is working with other government partners to provide easily accessible services on-line. Governments have a responsibility to serve citizens well and to provide them with the tools that allow them to make informed choices. An important part of the connectedness goal is ensuring that governments become model users of technology in delivering quality services to their clients — the general public, consumers and business.

Industry Canada's premier business Web site, *Strategis*, provides an ever-growing number of business tools for all Canadians. In addition, *Consumer Connection* has a wide range of consumer-oriented topics. *ExportSource* provides a window on the world for Canadians working to offer their products and services to the global market.

**Connecting Canada to the World** is promoting a brand image of Canada as a global centre of excellence for connectedness. The government is working with international bodies to harmonize regulatory and policy frameworks, to promote Canadian best practices to other countries, and to promote the global interconnectivity and interoperability of broadband networks, applications and services (e.g. telehealth and telelearning).

## A world-leading environment for electronic commerce

Canada's Electronic Commerce Strategy is implementing a leading-edge domestic policy and legislative framework, including the "seven firsts," promoting electronic commerce internationally, and stimulating the development and use of electronic commerce by consumers and businesses to make Canada a global location of choice for electronic commerce by the year 2000.

Electronic commerce is enhancing access to new global markets and revenues: information technology lowers transaction and distribution costs; increases consumer choice; improves product support and information; facilitates the growth of niche markets,

product customization and rapid response; and forges new relationships between businesses and consumers.

In 1999-2000, efforts will continue to solidify and reinforce Canada's position as the most favourable location to conduct electronic business, in areas including intellectual property, consumer protection, the implementation of the provisions of Bill C-54, network access and availability, and the adoption of electronic commerce by governments. A policy framework that is conducive to the development and use of electronic commerce is a fundamental element in meeting the objective of being a world leader in this area.

## The Canadian Electronic Commerce Strategy

On September 22, 1998, the Prime Minister unveiled the Canadian Electronic Commerce Strategy. The following are the strategy's main components:

- building trust in the digital marketplace;
- clarifying marketplace rules;
- strengthening the information infrastructure; and
- realizing the benefits/market development.

The Prime Minister also identified the following "seven firsts" to be achieved in 1999, confirming Canada's commitment to become a world leader in the development and use of electronic commerce.

- Privacy protection legislation
- Cryptography policy
- Electronic signatures legislation
- Public key infrastructure
- Consumer protection guidelines
- Tax neutrality
- Standards roadmap.

<http://e-com.ic.gc.ca>

In 1998, Canada hosted an OECD Ministerial Conference on Electronic Commerce. This was the first OECD ministerial conference ever held in Canada. The conference broke new ground for the OECD and the global community in creating new working partnerships between governments, the private sector, and consumer and social interest groups, as well as among international organizations. Work will continue to advance the international agenda set at the Ottawa conference, through work with the OECD and other international fora, including the World Trade Organization (WTO), Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC) and the Free Trade Agreement of the Americas (FTAA).

## Electronic Commerce — Realizing the Benefits

The Canadian Electronic Commerce Strategy is a market growth and business development strategy to accelerate the development and use of electronic commerce by businesses in Canada, across all sectors and regions, through initiatives in the following three areas.

**Intelligence** — Developing a better understanding of the Canadian electronic commerce market, including the capacity of Canadian suppliers, how Canadian companies currently use electronic commerce and the roadblocks to electronic commerce at the firm level.

**Awareness** — Designing and implementing outreach activities and materials to raise awareness among Canadian consumers and firms.

**Growth Stimulation** — Making use of the Industry Portfolio tool-kit to promote the development and use of electronic commerce.

## Canadian digital content and applications on-line maximized

**Canadian Content On-line** is promoting Canada as a leading-edge global supplier of digital content and advanced Internet applications, by strengthening strategic sectors of the Canadian economy, such as Canadian content and new media industries (telehealth, telelearning and electronic commerce), and by sponsoring the digitization of Canadian collections. Through CANARIE, Industry Canada has overseen the start-up of more than 150 innovative, technology-driven, cutting-edge projects, involving more than 400 companies across Canada.



# Marketplace

## Building a fair, efficient and competitive marketplace

A fair, efficient and competitive marketplace is an essential foundation for investment, innovation, connectedness, trade and economic growth, benefiting both producers and consumers. It provides the stability and efficiency required to conduct business, while maintaining consumer confidence in the products, services and transactions of the marketplace.

The globalization of markets, technological change and a continuing trend toward deregulation contribute to the need to keep marketplace legislation up to date. With trade barriers falling, Canada's marketplace legislation must be modernized to set the stage for Canadian businesses to take advantage of new opportunities in world markets.

Technological change, particularly in telecommunications, presents new issues relating to privacy, competition, property rights and international standards, which must be resolved if Canadians are to take full advantage of their capacity to develop new products and services. Widespread deregulation presents new opportunities as well as a need to further streamline and modernize regulations.

Industry Canada is committed to building a marketplace environment that attracts and retains the world's best firms. A fair, efficient and competitive marketplace for businesses, consumers and investors feeds directly into the department's trade and investment agendas by making Canada an attractive place to do business.

The following are examples of some of the activities that will be undertaken by Industry Canada to fulfil its commitment to building a fair, efficient and competitive marketplace.

- Launching consultations for Round II amendments to the *Competition Act*
- Improving corporate law by reforming the *Canada Business Corporations Act*
- Amending the Weights and Measures Regulations and the Electricity and Gas Inspection Regulations
- Reducing the regulatory burden on industry and streamlining regulatory requirements in telecommunications and other sectors
- Reviewing intellectual property policy to ensure clear and enforceable property rights
- Acquiring new spectrum allocations at the International Telecommunication Union
- Intervening before federal and provincial regulatory boards to encourage reduced regulation and increased reliance on competition
- Participating in bilateral and multilateral negotiations to increase the department's ability to deal with transborder anti-competitive activities.

## A fair, efficient and competitive marketplace framework created and maintained for businesses, consumers and investors

To contribute to the vitality and productivity of the economy, Industry Canada will work to create and maintain a fair, efficient and competitive marketplace framework for businesses, consumers and investors. The department will set clear and enforceable rules for marketplace transactions.

*With trade barriers falling, Canada's marketplace legislation must be modernized to set the stage for Canadian businesses to take advantage of new opportunities in world markets.*

## Innovative Approaches to Improve Compliance and Enforcement

With some 20 statutes to enforce, a first step is to help businesses and consumers understand the rules of the marketplace. With this in mind, the Competition Bureau is expanding the information on its Web site (<http://competition.ic.gc.ca>) and will continue to distribute information products, such as videos to help consumers avoid becoming victims of deceptive telemarketing, and the thousands of pamphlets sent out every year under its Public Education Initiative.

Industry partnerships are proving fruitful for compliance. The Office of the Superintendent of Bankruptcy (<http://osb-bsf.ic.gc.ca>) is privatizing some of its information services in order to focus its resources on compliance. Measurement Canada (<http://strategis.ic.gc.ca/meascan>) is increasing private sector participation in the delivery of electricity and gas metering services.

Partnerships with the provinces and territories are working well in enforcement. Consumer protection against fraud will be enhanced by a recent cooperative enforcement agreement and by the launch of CANSHARE, an information-sharing network for consumer law enforcement agencies across Canada. Industry Canada will work with provincial securities commissions to avoid duplication of education and investigation.

Industry Canada is responsible for some 20 legislative acts defining the policy and regulatory framework in a broad range of areas. The department consults widely with its stakeholders to review, develop and amend its legislation and regulations as needed. In this way, Industry Canada is able to meet the challenges of a changing economic environment and streamline both market transactions and the administration of its laws.

## Behavioural change induced so that the marketplace operates in accordance with the framework statutes, regulations, policies and procedures

Setting the rules is not enough. Industry Canada enforces its legislation by means of a continuum of activities, ranging from direct enforcement to active support for voluntary compliance. The goal is to induce behavioural change among market participants so that the marketplace operates in accordance with the framework statutes, regulations, policies and procedures. The department is developing a number of innovative approaches to compliance in order to reduce the emphasis on enforcement.

Industry Canada has introduced a new market-oriented licensing process called spectrum auctioning. Spectrum auctioning is an open, fair and efficient approach for spectrum licensing and is an alternative to the comparative review process. The first spectrum auction for the 24/38 GHz frequency bands will take place in 1999.

## Confidence instilled that the marketplace is fair, efficient and competitive

Research, the dissemination of information, expert advice and consumer education enhance the effectiveness of marketplace framework policies by keeping businesses and consumers well informed. Such information allows them to take advantage of marketplace opportunities while conducting their activities in accordance with marketplace rules, regulations, standards and procedures, and with confidence that the businesses they deal with are operating by the same rules.

The department is engaged in improving its service delivery, to give consumers, businesses and investors efficient and ready access to government services in a way that is reliable and responsive to their needs and circumstances. Industry Canada will deliver programs through its marketplace organizations, which help streamline business transactions and ensure Canada's success in the global economy. It will also develop benchmarking instruments such as financial service cost calculators and guides, and evaluation tools that assess the effectiveness of voluntary industry codes governing the treatment of consumers in commercial transactions, enhancing consumers' ability to demand innovative and competitive products and services.



# Investment

**Improving conditions for investment  
in the Canadian economy**

Improving the conditions that lead to increased business investment in Canada by both foreign and domestic sources contributes strongly to economic growth. Foreign direct investment (FDI) brings not only immediate jobs and growth, but also far-reaching economic benefits such as increased trade flows and access to global technology and management expertise. It is estimated that a \$1 billion increase in FDI creates about 45,000 new jobs and raises gross domestic product (GDP) by about \$4.5 billion over a five-year period. Investment in R&D is required to create the new products and processes that will increase productivity and make Canada more competitive internationally.

Canada's success in retaining and increasing its share of FDI is challenged by intense global competition for international investment. Growing competition among affiliates of multinational enterprises (multinationals) for product and research mandates presents another challenge. A wide range of generous incentives offered to investors by governments in competing countries, most notably by a number of states and municipalities in the United States, provides further evidence of stiff competition for FDI dollars. Thus, a key challenge is to capture more FDI flows, particularly those directed at the North American Free Trade Agreement (NAFTA) region, where Canada's share declined by 10 percentage points to 15 percent between 1985 and 1996.

Investment in Canada by Canadians is also a challenge that needs to be addressed. Investing in ourselves provides an opportunity to innovate and increase productivity. One reason for Canada's poor productivity

***Industry  
Canada's studies  
indicate that in  
recent years  
small businesses  
created between  
70 and 80 percent  
of all new jobs  
in Canada.***

performance has been our low investment rate, especially vis-à-vis the United States. One means to encourage investment in Canada by Canadians is to improve access to investment capital.

The importance of investment by the small business sector has been crucial to the Canadian economy, particularly in terms of job creation. Industry Canada's studies indicate that in recent years small businesses created between 70 and 80 percent of all new jobs in Canada.

Industry Canada's efforts are part of the 1996 federal investment strategy, a key element of which is to provide assistance to a larger number of Canadian small and medium-sized enterprises (SMEs) to form international investment partnerships that allow growth domestically and in an increasing number of markets.

## **Recent Multinational Investments**

- Harris Canada's \$153 million investment in digital broadband wireless access technologies in Montréal and Calgary
- Bayer's \$300 million expansion of its synthetic rubber manufacturing division in Sarnia, Ontario
- Michelin Tire's investments totalling \$150 million in a truck tire facility and a rubber mixing plant in Nova Scotia
- Dow Chemical's \$70 million pilot plant for co-polymer production
- Ericsson's creation of Ericsson Professional Services, which is expected to create 100 new high-tech jobs in Ottawa
- Alcan Aluminum's new US\$1.6 billion smelter in Alma, Quebec, with expected peak employment of 650
- Bombardier's \$650 million investment in the NATO Pilot Training Program in Montréal
- Astra's \$150 million investment in Mississauga to manufacture and package sterile liquid drug products, with a \$100 million capital investment for additional product lines by 2007.

## **Improved domestic and international investment climate**

Industry Canada will work to improve the domestic and international investment climate by adopting competitive, efficient and fair marketplace laws and regulations for both businesses and consumers.

In collaboration with partners and clients, Industry Canada is making a significant contribution to getting the investment climate right domestically and internationally by

- modernizing the competition law;
- implementing policies to address investment barriers related to intellectual property, patent protection and risk management;
- harmonizing with other jurisdictions;
- promoting Canadian standards;
- participating in bilateral, regional and multilateral trade and investment treaties; and
- developing policies and programs to enhance the international competitiveness of Canada's business climate.

### Increased awareness of Canada as an investment location of choice

Enhancing Canada's "brand image" is an effective means of eliminating the gap between perceptions held by potential investors and reality. Industry Canada will develop information products that

**Aboriginal Business Canada provides a broad range of services, information and support to its clients. These services and products promote innovation, encourage connectedness, increase trade and attract investment, to help build the Aboriginal economy and integrate it into the national and international economies.**

<http://abc.ic.gc.ca>

A 1997 KPMG study, which compared the cost of doing business in selected Canadian, American and European cities, provided a strong endorsement of Canada as a choice location for investment. Other comparative studies published by international organizations and publishing houses, such as the World Economic Forum, the United Nations and *The Economist*, lend support to this view, and are being systematically communicated to key investment decision makers around the world.

create a brand image of Canada as an investment location of choice within the NAFTA region. The department will also assess feedback from foreign media coverage, Canadian posts abroad, foreign governments and country champion missions to monitor the awareness levels of potential international investors and improve the effectiveness of brand image information products.

### Increased attraction and retention of multinational investment in Canada

Industry Canada will work to attract and retain increased multinational investment. Sectoral strategies are being developed and relevant investment services are being delivered to retain and attract key firms. Investment Partnerships Canada (IPC), a joint Industry Canada-Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) unit, coordinates targeted campaigns to attract and retain investment by multinationals in Canada. In cooperation with embassies abroad, IPC provides one-stop servicing of the investment needs of selected multinationals.

### Increased investment by SMEs and by Aboriginal businesses

Industry Canada will work toward identifying opportunities for growth for SMEs and target groups through investment partnerships with a view to stimulating jobs and growth in this dynamic segment of the Canadian economy. Improved access to capital and information is provided to small businesses, Aboriginal people and remote communities through the *Canada Small Business Financing Act* (CSBFA), Aboriginal Business Canada, FedNor (<http://fednor.ic.gc.ca>) and community development programs.

Aboriginal companies are a dynamic and growing presence in Canada's economy.

- Between 1981 and 1996, the number of Aboriginal people who were self-employed grew more than two and a half times as fast as the national increase in self-employment.
- Results from the Aboriginal Business Survey suggest that the 12,710 increase in Aboriginal businesses since 1981 has generated about 48,500 new jobs.



# Trade

**Working with Canadian companies to increase Canada's share of global trade**

International trade has become an important source of economic growth and job creation for Canada. Great potential for creating long-lasting, high-quality jobs results from increasing the number of exporting firms, especially SMEs in all sectors, and from diversifying the markets to which they export. A firm that succeeds globally is also more competitive at home. Canada's prosperity and its ability to create jobs are directly linked to how well Canada capitalizes on international opportunities.

Canada has developed an International Business Development (IBD) strategy to address trade challenges. The overall objective is to improve and modernize trade services to existing Canadian exporters, and to help prepare new exporters for international markets.

The strategy seeks partnerships among export service providers, harnessing the collective strengths of all participants to leverage diminished resources, reduce overlap, set priorities, improve market intelligence and sourcing systems, and improve and simplify program and service delivery. This approach has become known as "Team Canada Inc," and now includes 20 federal departments and agencies, working in partnership with the provinces and territories and the private sector, to help Canadian companies succeed in international markets.

The International Trade Centres (ITCs) of Industry Canada, located throughout Canada, and the department's Trade Team Canada Sector (TTCS) teams are instrumental in the delivery of Canada's trade program.

To address internal trade issues, the federal government, provinces and territories signed the Agreement on Internal Trade in 1994. The agreement is a first step in dismantling barriers, but more needs to be done to complete mandated negotiations, streamline and improve procedures for resolving disputes, and reduce the number of exceptions.

*International trade has become an important source of economic growth and job creation for Canada.*

## Canada — A Trading Nation

In 1997, our imports of goods and services rose to nearly 39 percent of GDP, which is more than twice the G-7 average; 40 percent of the goods and services we produced were exported internationally, which is well over three times the U.S. and about two and a half times the G-7 average.

Net exports contributed directly to 15 percent of economic growth and one in ten of all net new jobs created in Canada between 1990 and 1997.

## Reducing Internal Trade Barriers

In collaboration with the provinces and territories, Industry Canada is reducing consumer-oriented internal trade barriers by

- harmonizing the rules on disclosing the cost of consumer credit;
- creating consumer guidelines for the electronic marketplace;
- introducing an agreement for the cooperative enforcement of consumer protection laws; and
- implementing CANSHARE, an information-sharing network for consumer law enforcement agencies.

## Secure market access maintained and improved

Canada's market access is best served by a trade regime/environment that can provide certainty and predictability to enable long-term business planning. Canada has already negotiated a more liberal, rules-based trade environment through various agreements, but must build on these successes by playing a leading role in further strengthening the international rules framework.

## Export capability and preparedness — internationally competitive and export-oriented industries and firms

Developing, strengthening and broadening the international competitiveness and export capabilities of Canadian firms is a prerequisite to increasing the number of firms actively exporting. Industry Canada needs to foster a mindset for global markets, and encourage more companies to make their products and services export-ready.

Industry Canada's activities in this area focus on

- expanding business (particularly SMEs) awareness of global market opportunities;
- providing seamless and targeted services, delivered in a consistent manner; and
- increasing the number of export-ready/export-oriented firms, including SMEs, and Aboriginal and women entrepreneurs.

## Small Business Info-Fairs

The Small Business Info-Fairs showcase a wide range of federal government programs and services for small business. Organized by members of the Industry Portfolio and sponsored by the Business Development Bank of Canada, Info-Fairs provide small businesses with support in getting started and in the areas of strategic information, financing, exporting, accessing technology and human resources. For 1999, these highly popular events will take place in 25 centres across the country.

## The Canada–United States Businesswomen's Trade Summit in Toronto, May 1999

The summit provided a forum for 150 Canadian and 150 American businesswomen to discover the potential to grow their companies by conducting business across the Canada–United States border.

Industry Canada played a leadership role in organizing and promoting the summit, in partnership with the private sector, the provinces, other federal departments and U.S. partners.



## International market development — increased exports of Canadian goods and services

The international marketplace is evolving quickly and becoming more complex and competitive. Industry Canada's activities must ensure that Canadian companies have the support they need to pursue international business opportunities.

The department is focussing on increasing the number of new exporters and diversifying markets and improving market share by key sectors in their key markets.

The department delivers information and support services to export-ready companies in priority sectors and matches Canadian suppliers with foreign trade opportunities through the International Business Opportunities Centre.

Industry Canada is supporting the introduction of new products or the entrance into new markets by delivering DFAIT's Program for Export Market Development (approximately \$9.7 million of requests will be funded), New Exporters to Border States (NEBS) (at least 147 new exporters will be recruited), and Reverse NEBS (16 anticipated) missions, and by organizing or participating in more than 700 ad hoc missions.

The department is also leading the promotion of Canada as a premier tourist destination. Through a unique public-private sector partnership, the department promotes the growth and profitability of Canada's tourism industry.

## The Canadian Tourism Commission

The Canadian Tourism Commission, a special operating agency of Industry Canada, promotes Canada as the premier four-season destination to connect with nature and to experience diverse cultures and communities.

- Tourism spending in Canada reached \$44 billion in 1997.
- Tourism spending by visitors increased by more than 5.2 percent per year over the past decade to reach \$12.7 billion in 1997.
- Canadian tourism directly employed more than 500,000 people in 1996.
- Canada is ranked ninth among top world tourist destinations. The number of international tourists surpassed 17.6 million in 1997 — the most ever.

The Canadian Tourism Commission is a unique public-private sector partnership that provides an innovative approach to tourism, one that is industry-led and market-driven.

<http://www.canadatourism.com>

## Team Canada Inc

The Team Canada Inc federal network was expanded in 1998-99 to include 20 federal departments and agencies working toward a single integrated International Business Development business plan.

The focus for 1999-2000 will be to link those new partners to Team Canada Inc tools, namely *ExportSource* (<http://exportsource.gc.ca>) and the toll-free export information service number (1-888-811-1119).

# Corporate and Management Services

*Supporting the department's programs and services*

The vast majority of Industry Canada's employees deliver the department's programs and services that are focussed on its five strategic objectives. They are in turn supported by the employees of Corporate and Management Services, whose objective is to support Industry Canada's organizations, through the provision of corporate and advisory services.

For example, some of the department's corporate priorities, as articulated in the People Management Plan, are to implement an invigorated career development program for both junior and senior professional groups, launch a new recognition program, and implement a marketing and communication strategy to share our accomplishments and successes related to our commitment to becoming the employer of choice. Four million dollars per year, for three years, has been allocated to realizing this plan.

**Corporate and Management Services** provides relevant, timely and credible information that supports Industry Canada's decision-making process and ensures the transparency of the decision-making process of the Government of Canada.

- Human Resources Branch
- Communications Branch
- Informatics Corporate Support
- Comptroller's Branch
- Facilities Management
- Distribution, Mail and Records Services
- Management Consulting Centre
- Regional Corporate Services
- Audit and Evaluation Branch
- Ethics Counsellor
- Executive Services

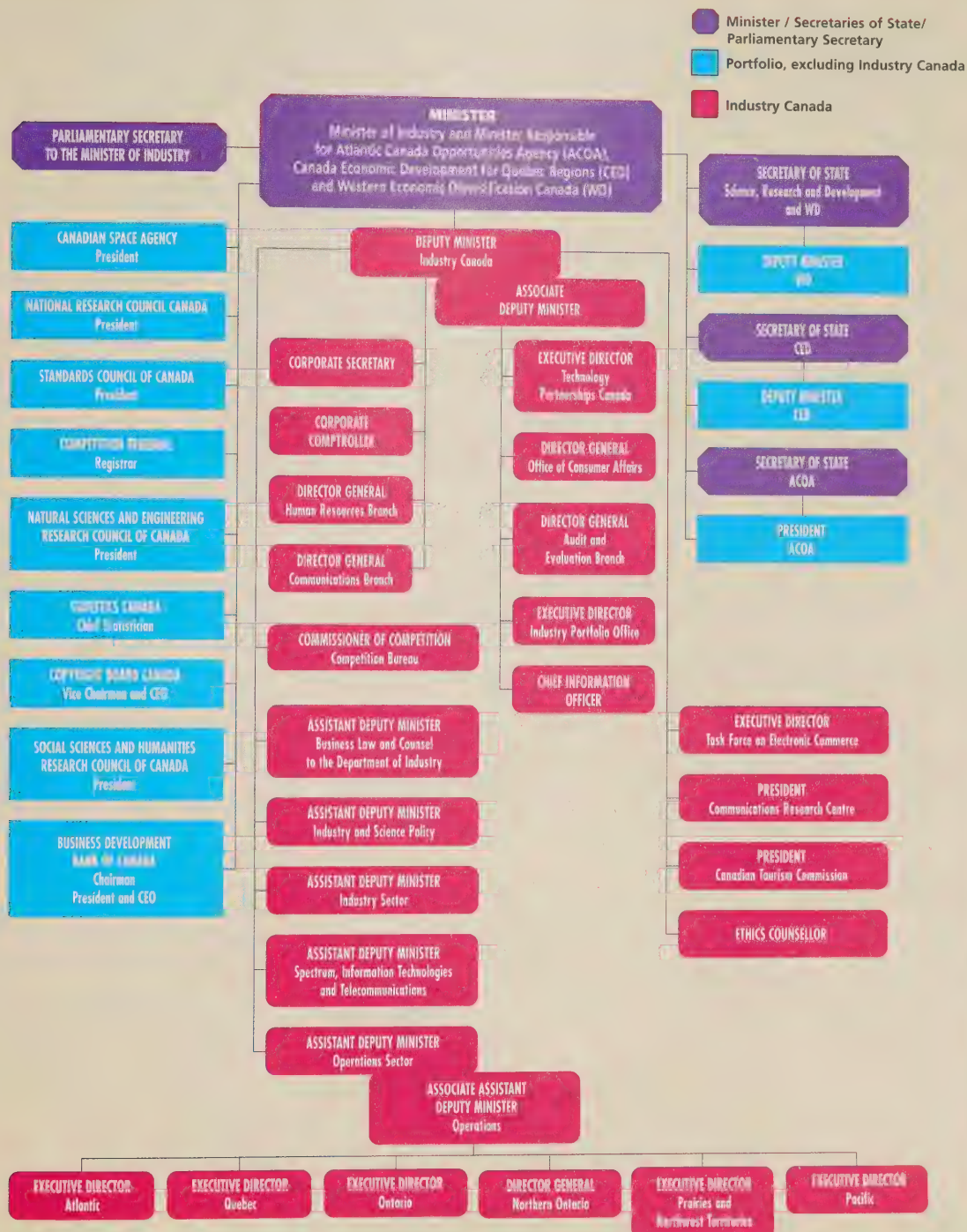
## **Industry Canada's SI Bridging Program Helps Employees Achieve Their Career Goals**

The official launch of the second year of the SI Bridging Program took place in February 1999. This career development opportunity will provide 15 of Industry Canada's exceptional employees in the administrative and support categories with the skills and knowledge to enter a professional career stream as a research assistant. One of the 17 candidates who successfully completed the first year of the program noted that "the SI program presents a win-win scenario. I win because I have improved skills, greater knowledge and the opportunity for advancement in other fields; the government wins because it has developed a more skilled, knowledgeable and adaptable resource."



# Appendix A

## Industry Portfolio Organizational Structure



# Appendix B

## Industry Canada: How to Reach Us

**Minister of Industry**  
John Manley  
Tel.: (613) 995-9001  
Fax: (613) 992-0302  
E-mail: [manley.john@ic.gc.ca](mailto:manley.john@ic.gc.ca)

**Parliamentary Secretary  
to the Minister of Industry**  
Walt Lastewka, M.P.  
Tel.: (613) 992-3352  
Fax: (613) 947-4402  
E-mail: [lastew@parl.gc.ca](mailto:lastew@parl.gc.ca)

**Deputy Minister**  
Kevin G. Lynch  
Tel.: (613) 992-4292  
Fax: (613) 954-3272  
E-mail: [lynch.kevin@ic.gc.ca](mailto:lynch.kevin@ic.gc.ca)

**Associate Deputy Minister**  
Vacant  
Tel.: (613) 943-7165  
Fax: (613) 954-3272

**Assistant Deputy Minister,  
Business Law and Counsel  
to the Department of Industry**  
Edward J. Thompson  
Tel.: (613) 954-3946  
Fax: (613) 952-9668  
E-mail: [thompson.edward@ic.gc.ca](mailto:thompson.edward@ic.gc.ca)

**Corporate Secretary**  
Marie-Josée Thivierge  
Tel.: (613) 943-7038  
Fax: (613) 954-3272  
E-mail:  
[thivierge.mariejosee@ic.gc.ca](mailto:thivierge.mariejosee@ic.gc.ca)

**Ethics Counsellor**  
Howard R. Wilson  
Tel.: (613) 995-6852  
Fax: (613) 995-7308  
E-mail: [wilson.howie@ic.gc.ca](mailto:wilson.howie@ic.gc.ca)

**Executive Director, Task Force  
on Electronic Commerce**  
Vacant  
Tel.: (613) 992-1120  
Fax: (613) 992-8562

**Executive Director, Technology  
Partnerships Canada**  
Bruce L. Deacon  
Tel.: (613) 941-6747  
Fax: (613) 954-9117  
E-mail: [deacon.bruce@ic.gc.ca](mailto:deacon.bruce@ic.gc.ca)

**Director General,  
Office of Consumer Affairs**  
Michael Jenkin  
Tel.: (613) 954-3277  
Fax: (613) 952-6927  
E-mail: [jenkin.michael@ic.gc.ca](mailto:jenkin.michael@ic.gc.ca)

**Director General,  
Audit and Evaluation Branch**  
Owen M. Taylor  
Tel.: (613) 954-5084  
Fax: (613) 954-5070  
E-mail: [taylor.owen@ic.gc.ca](mailto:taylor.owen@ic.gc.ca)

**Executive Director,  
Industry Portfolio Office**  
Susan Williams  
Tel.: (613) 954-8911  
Fax: (613) 957-1990  
E-mail: [williams.susan@ic.gc.ca](mailto:williams.susan@ic.gc.ca)

**Chief Information Officer**  
Vacant  
Tel.: (613) 954-3574  
Fax: (613) 941-1938

**Director General,  
Communications Branch**  
Marie Bédard  
Tel.: (613) 947-2597  
Fax: (613) 947-3390  
E-mail: [bedard.marie@ic.gc.ca](mailto:bedard.marie@ic.gc.ca)

**Corporate Comptroller**  
Mary Zamparo  
Tel.: (613) 957-9288  
Fax: (613) 998-6950  
E-mail: [zamparo.mary@ic.gc.ca](mailto:zamparo.mary@ic.gc.ca)

**Director General,  
Human Resources Branch**  
Vinita Watson  
Tel.: (613) 954-5474  
Fax: (613) 952-0239  
E-mail: [watson.vinita@ic.gc.ca](mailto:watson.vinita@ic.gc.ca)

**President, Communications  
Research Centre**  
Gerry Turcotte  
Tel.: (613) 990-3929  
Fax: (613) 990-7983  
E-mail: [turcotte.gerry@crc.doc.ca](mailto:turcotte.gerry@crc.doc.ca)

**President and Chief Executive  
Officer, Canadian Tourism  
Commission**  
Doug Fyfe  
Tel.: (613) 954-3830  
Fax: (613) 952-9014  
E-mail: [fyfe.douglas@ic.gc.ca](mailto:fyfe.douglas@ic.gc.ca)





**Commissioner of Competition,  
Competition Bureau**  
Konrad von Finckenstein  
Tel.: (819) 997-3301  
Fax: (819) 953-5013  
E-mail:  
[vonfinckenstein.konrad@ic.gc.ca](mailto:vonfinckenstein.konrad@ic.gc.ca)

**Assistant Deputy Minister,  
Industry and Science Policy**  
Andrei Sulzenko  
Tel.: (613) 995-9605  
Fax: (613) 995-2233  
E-mail: [sulzenko.andrei@ic.gc.ca](mailto:sulzenko.andrei@ic.gc.ca)

**Assistant Deputy Minister,  
Industry Sector**  
John M. Banigan  
Tel.: (613) 954-3798  
Fax: (613) 941-1134  
E-mail: [banigan.john@ic.gc.ca](mailto:banigan.john@ic.gc.ca)

**Assistant Deputy Minister,  
Spectrum, Information  
Technologies and  
Telecommunications**  
Michael M. Binder  
Tel.: (613) 998-0368  
Fax: (613) 952-1203  
E-mail: [binder.michael@ic.gc.ca](mailto:binder.michael@ic.gc.ca)

**Assistant Deputy Minister,  
Operations Sector**  
Diane Vincent  
Tel.: (613) 954-3405  
Fax: (613) 954-4883  
E-mail: [vincent.diane@ic.gc.ca](mailto:vincent.diane@ic.gc.ca)

**Associate Assistant Deputy  
Minister, Operations**  
Mark Corey  
Tel.: (613) 957-4392  
Fax: (613) 954-4883  
E-mail: [corey.mark@ic.gc.ca](mailto:corey.mark@ic.gc.ca)

**Acting Commissioner of Patents,  
Registrar of Trade-marks and  
Chief Executive Officer,  
Canadian Intellectual  
Property Office**  
Anthony McDonough  
Tel.: (819) 997-1057  
Fax: (819) 997-1890  
E-mail: [mcdonough.tony@ic.gc.ca](mailto:mcdonough.tony@ic.gc.ca)

**Superintendent of Bankruptcy,  
Office of the Superintendent  
of Bankruptcy**  
Marc Mayrand  
Tel.: (613) 941-2691  
Fax: (613) 946-9205  
E-mail: [mayrand.marc@ic.gc.ca](mailto:mayrand.marc@ic.gc.ca)

**Director General,  
Corporations Directorate**  
Richard Shaw  
Tel.: (613) 941-2837  
Fax: (613) 941-5783  
E-mail: [shaw.richard@ic.gc.ca](mailto:shaw.richard@ic.gc.ca)

**President,  
Measurement Canada**  
Alan E. Johnston  
Tel.: (613) 952-0655  
Fax: (613) 957-1265  
E-mail: [johnston.alan@ic.gc.ca](mailto:johnston.alan@ic.gc.ca)

**Executive Director,  
Atlantic Region**  
David Mulcaster  
Tel.: (902) 426-3458  
Fax: (902) 426-2615  
E-mail: [mulcaster.david@ic.gc.ca](mailto:mulcaster.david@ic.gc.ca)

**Executive Director,  
Quebec Region**  
Réjean Frennette  
Tel.: (514) 283-1885  
Fax: (514) 496-7003  
E-mail: [frennette.rejean@ic.gc.ca](mailto:frennette.rejean@ic.gc.ca)

**Executive Director,  
Ontario Region**  
Brigitte Hohn  
Tel.: (416) 973-5001  
Fax: (416) 973-8714  
E-mail: [hohn.brigitte@ic.gc.ca](mailto:hohn.brigitte@ic.gc.ca)

**Executive Director, Prairies  
and Northwest Territories  
Region**  
Glenn Fields  
Tel.: (780) 495-2951  
Fax: (780) 495-4582  
E-mail: [fields.glenn@ic.gc.ca](mailto:fields.glenn@ic.gc.ca)

**Executive Director,  
Pacific Region**  
Bruce Drake  
Tel.: (604) 666-1400  
Fax: (604) 666-8330  
E-mail: [drake.bruce@ic.gc.ca](mailto:drake.bruce@ic.gc.ca)

**Director General,  
Northern Ontario Region**  
Louise Paquette  
Tel.: (705) 671-0711  
Fax: (705) 670-6103  
E-mail: [paquette.louise@ic.gc.ca](mailto:paquette.louise@ic.gc.ca)

# Appendix C

## Industry Canada's Regional Offices

### HEADQUARTERS

- **Industry Canada**  
235 Queen Street  
Ottawa ON K1A 0H5  
Tel.: (613) 954-2788  
Fax: (613) 954-1894

### Atlantic Region

- **Industry Canada**  
10th Floor  
John Cabot Building  
10 Barter's Hill  
St. John's NF A1C 6M1  
Tel.: (709) 772-4866  
Fax: (709) 772-5093

- **Industry Canada**  
2nd Floor  
75 Fitzroy Street  
P.O. Box 1115  
Charlottetown PE C1A 7M8  
Tel.: (902) 566-7382  
Fax: (902) 566-7450

- **Industry Canada**  
1801 Hollis Street  
P.O. Box 940, Station M  
Halifax NS B3J 2V9  
Tel.: (902) 426-3458  
Fax: (902) 426-2624

- **Industry Canada**  
4th Floor, Unit 103  
1045 Main Street  
Moncton NB E1C 1H1  
Tel.: (506) 851-6521  
Fax: (506) 851-6502

### Quebec Region

- **Industry Canada**  
7th Floor  
5 Place Ville-Marie  
Montréal QC H3B 2G2  
Tel.: (514) 496-1797  
Fax: (514) 283-2247

### Ontario Region

- **Industry Canada**  
4th Floor  
151 Yonge Street  
Toronto ON M5C 2W7  
Tel.: (416) 973-5000  
Fax: (416) 973-8714

### Northern Ontario Region

- **FedNor**  
Suite 307  
19 Lisgar Street  
Sudbury ON P3E 3L4  
Tel.: 1-877-333-6673  
Fax: (705) 671-0717

### Prairies and Northwest Territories Region

- **Industry Canada**  
4th Floor  
400 St. Mary Avenue  
Winnipeg MB R3C 4K5  
Tel.: (204) 983-5851  
Fax: (204) 983-3182

- **Industry Canada**  
7th Floor  
123 Second Avenue South  
Saskatoon SK S7K 7E6  
Tel.: (306) 975-4400  
Fax: (306) 975-6727

- **Industry Canada**  
Suite 1020  
2002 Victoria Avenue  
Regina SK S4P 0R7  
Tel.: (306) 780-5010  
Fax: (306) 780-6506

- **Industry Canada**  
Suite 725  
9700 Jasper Avenue  
Edmonton AB T5J 4C3  
Tel.: (403) 495-4782  
Fax: (403) 495-4507

- **Industry Canada**  
Suite 400  
639-5th Avenue SW  
Calgary AB T2P 0M9  
Tel.: (403) 292-4575  
Fax: (403) 292-4295

- **Industry Canada**  
Suite 1006  
4920-52nd Street  
Yellowknife NT X1A 3T1  
Tel.: (867) 920-6604  
Fax: (867) 920-6601

### Pacific Region

(British Columbia and Yukon)

- **Industry Canada**  
Suite 2000  
300 West Georgia Street  
Vancouver BC V6B 6E1  
Tel.: (604) 666-5000  
Fax: (604) 666-8330



# Appendix D

## Industry Canada and the Industry Portfolio

### Building Jobs and Growth through Innovation and Partnerships

Thirteen federal departments and agencies make up the Industry Portfolio. Together, these organizations are uniquely positioned to further the government's goal of building a knowledge-based economy in all regions of Canada and to advance the government's jobs and growth agenda.

Industry Canada works in partnership with the members of the Industry Portfolio to leverage resources and exploit synergies in a number of specific areas:

- *innovation through science and technology* — helping firms and not-for-profit institutions more rapidly turn ideas into new products and services;
- *trade and investment* — encouraging more firms in more sectors to export to more markets, and helping Canadian firms attract a larger share of FDI;
- *growth of SMEs* — providing access to capital, information and services; and
- *economic growth of Canadian communities* — fostering new approaches to community economic development, based on community strengths and information infrastructures.

### The Industry Portfolio

- ❑ Atlantic Canada Opportunities Agency (ACOA)
- ❑ Business Development Bank of Canada (BDC)
- ❑ Canada Economic Development for Quebec Regions (CED)
- ❑ Canadian Space Agency (CSA)
- ❑ Competition Tribunal
- ❑ Copyright Board Canada
- ❑ Industry Canada
- ❑ National Research Council Canada (NRC)
- ❑ Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada (NSERC)
- ❑ Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (SSHRC)
- ❑ Standards Council of Canada (SCC)
- ❑ Statistics Canada
- ❑ Western Economic Diversification Canada (WD)

# Appendix E

## International Trade Centres

### ■ NEWFOUNDLAND

International Trade Centre  
Industry Canada  
10th Floor  
John Cabot Building  
Phase II, 10 Barter's Hill  
P.O. Box 8950  
St. John's NF A1B 3R9  
Tel.: (709) 772-4782  
Fax: (709) 772-5093

**Contact:**

Patricia Hearn  
Senior Trade Commissioner  
Tel.: (709) 772-4866  
E-mail: [hearn.patricia@ic.gc.ca](mailto:hearn.patricia@ic.gc.ca)

### ■ PRINCE EDWARD ISLAND

International Trade Centre  
Industry Canada  
2nd Floor  
75 Fitzroy Street  
P.O. Box 1115  
Charlottetown PE C1A 7M8  
Tel.: (902) 566-7443  
Fax: (902) 566-7450

**Contact:**

Charlotte Maurray  
Senior Trade Commissioner  
Tel.: (902) 566-7382  
E-mail: [maurray.charlotte@ic.gc.ca](mailto:maurray.charlotte@ic.gc.ca)

### ■ NOVA SCOTIA

International Trade Centre  
Industry Canada  
5th Floor  
World Trade and Convention Centre  
1800 Argyle Street  
P.O. Box 940, Station M  
Halifax NS B3J 2V9  
Tel.: (902) 426-7540  
Fax: (902) 426-5218

**Contact:**

Allison Tait  
Senior Trade Commissioner  
Tel.: (902) 426-6660  
E-mail: [taait.allison@ic.gc.ca](mailto:taait.allison@ic.gc.ca)

### ■ NEW BRUNSWICK

International Trade Centre  
Industry Canada  
4th Floor, Unit 103  
1045 Main Street  
Moncton NB E1C 1H1  
Tel.: (506) 851-6452  
Fax: (506) 851-6429

**Contact:**

Léo R. Leduc  
Senior Trade Commissioner  
Tel.: (506) 851-6440  
E-mail: [leduc.leo@ic.gc.ca](mailto:leduc.leo@ic.gc.ca)

### ■ QUEBEC

International Trade Centre  
Industry Canada  
7th Floor  
5 Place Ville-Marie  
Montréal QC H3B 2G2  
Tel.: (514) 283-6328  
Fax: (514) 283-8794

**Contacts:**

Gaétan Bruneau  
Director and Senior Trade Commissioner  
Tel.: (514) 283-6796  
E-mail: [bruneau.gaetan@ic.gc.ca](mailto:bruneau.gaetan@ic.gc.ca)

Paul Delaney  
Director of Operations  
Tel.: (514) 283-3531  
E-mail: [delaney.paul@ic.gc.ca](mailto:delaney.paul@ic.gc.ca)

### ■ ONTARIO

International Trade Centre  
Industry Canada  
4th Floor  
151 Yonge Street  
Toronto ON M5C 2W7  
Tel.: (416) 973-5053  
Fax: (416) 973-8161

**Contact:**

Conrad Paquette  
Senior Trade Commissioner  
Tel.: (416) 954-6326  
E-mail: [paquette.conrad@ic.gc.ca](mailto:paquette.conrad@ic.gc.ca)

### ■ MANITOBA

International Trade Centre  
Industry Canada  
4th Floor  
400 St. Mary Avenue  
Winnipeg MB R3C 4K5  
Tel.: (204) 983-5851  
Fax: (204) 983-3182

**Contact:**

Pierre-André Cusson  
Senior Trade Commissioner  
Tel.: (204) 983-4099  
E-mail: [cusson.pierreandre@ic.gc.ca](mailto:cusson.pierreandre@ic.gc.ca)





## ■ SASKATCHEWAN

International Trade Centre  
Industry Canada  
7th Floor  
Princeton Tower  
Scotia Centre  
123 Second Avenue South  
Saskatoon SK S7K 7E6  
Tel.: (306) 975-5315  
Fax: (306) 975-5334

### Contact:

Lynne Tait  
Senior Trade Commissioner  
Tel.: (306) 975-4343  
E-mail: [tait.lynne@ic.gc.ca](mailto:tait.lynne@ic.gc.ca)

International Trade Centre  
Industry Canada  
3rd Floor  
1801 Hamilton Street  
P.O. Box 3750  
Regina SK S4P 3N8  
Tel.: (306) 780-6124  
Fax: (306) 780-8797

### Contact:

Mona Taylor  
Trade Commissioner  
Tel.: (306) 780-6124  
E-mail: [taylor.mona@ic.gc.ca](mailto:taylor.mona@ic.gc.ca)

## ■ ALBERTA

International Trade Centre  
Industry Canada  
Suite 725  
9700 Jasper Avenue  
Edmonton AB T5J 4C3  
Tel.: (780) 495-2944  
Fax: (780) 495-4507

### Contact:

Reid Henry  
Senior Trade Commissioner  
Tel.: (780) 495-4415  
E-mail: [henry.reid@ic.gc.ca](mailto:henry.reid@ic.gc.ca)

International Trade Centre  
Industry Canada  
Suite 300  
639-5th Avenue SW  
Calgary AB T2P 0M9  
Tel.: (403) 292-4575  
Fax: (403) 292-4578

### Contact:

Jessie Hislop  
Trade Commissioner  
Tel.: (403) 292-6409  
E-mail: [hislop.jessie@ic.gc.ca](mailto:hislop.jessie@ic.gc.ca)

## ■ BRITISH COLUMBIA AND YUKON

International Trade Centre  
Industry Canada  
Suite 2000  
300 West Georgia Street  
Vancouver BC V6B 6E1  
Tel.: (604) 666-0434  
Fax: (604) 666-0954

### Contact:

Michael Spencer  
Senior Trade Commissioner  
Tel.: (604) 666-8888  
E-mail: [spencer.michael@ic.gc.ca](mailto:spencer.michael@ic.gc.ca)

## ■ NORTHWEST TERRITORIES

(Served from the Edmonton  
office)

International Trade Centre  
Industry Canada  
Suite 725  
9700 Jasper Avenue  
Edmonton AB T5J 4C3

### Contact:

Reid Henry  
Senior Trade Commissioner  
Tel.: (780) 495-4415  
E-mail: [henry.reid@ic.gc.ca](mailto:henry.reid@ic.gc.ca)

# Appendix F

## Canada Business Service Centre Internet Addresses

Canada/Newfoundland and Labrador Business Service Centre

<http://www.cbsc.org/nf/>

Canada/Prince Edward Island Business Service Centre

<http://www.cbsc.org/pe/>

Canada/Nova Scotia Business Service Centre

<http://www.cbsc.org/ns/>

Canada/New Brunswick Business Service Centre

<http://www.cbsc.org/nb/>

Info entrepreneurs

<http://infoentrepreneurs.org>

Canada/Ontario Business Service Centre

<http://www.cbsc.org/ontario/>

Canada/Manitoba Business Service Centre

<http://www.cbsc.org/manitoba/>

Canada/Saskatchewan Business Service Centre

<http://www.cbsc.org/sask/>

The Business Link

<http://www.cbsc.org/alberta/>

Canada/British Columbia Business Service Centre

<http://www.sb.gov.bc.ca/smallbus/sbhome.html>

Canada/Yukon Business Service Centre

<http://www.cbsc.org/yukon/>

Canada/Northwest Territories Business Service Centre

<http://www.cbsc.org/nwt/>



# Annexe F

## Adresses Internet des Centres de services aux entreprises du Canada

Centre de services aux entreprises Canada/Terre-Neuve

<http://www.rcsec.org/nt>

Centre de services aux entreprises Canada/Ile-du-Prince-Édouard

<http://www.rcsec.org/pe>

Centre de services aux entreprises Canada/Nouvelle-Écosse

<http://www.rcsec.org/ns>

Centre de services aux entreprises Canada/Nouveau-Brunswick

<http://www.rcsec.org/nb>

Info entrepreneurs

<http://infoentrepreneurs.org>

Centre de services aux entreprises Canada/Ontario

<http://www.rcsec.org/ontario>

Centre de services aux entreprises Canada/Manitoba

<http://www.rcsec.org/manitoba>

Centre de services aux entreprises Canada/Saskatchewan

<http://www.rcsec.org/sask>

Liaison Entreprise, Centre de services aux entreprises du Canada (Edmonton)

<http://www.rcsec.org/alberta>

Centre de services aux entreprises Canada/Colombie-Britannique

<http://www.sb.gov.bc.ca/smallbus/trsbhome.htm>

Centre de services aux entreprises Canada/Yukon

<http://www.rcsec.org/yukon>

Centre de services aux entreprises Canada/Territoires du Nord-Ouest

<http://www.rcsec.org/tno>



■ **COLOMBIE-BRITANNIQUE**

**ET YUKON**

Centre du commerce international  
Industrie Canada  
Suite 2000, 300 West Georgia Street  
Vancouver (Colombie-Britannique)  
V6B 6E1  
Tél. : (604) 666-0434  
Télec. : (604) 666-0954

**Personne-ressource :**

Michael Spencer  
Délégué commercial principal  
Tél. : (604) 666-8888  
Courriel : [spencermichael@ic.gc.ca](mailto:spencermichael@ic.gc.ca)

■ **TERRITOIRES  
DU NORD-OUEST**

(Service à partir du bureau  
d'Edmonton)

Centre du commerce international  
Industrie Canada  
Suite 725, 9700 Jasper Avenue  
Edmonton (Alberta) T5J 4C3

**Personne-ressource :**

Reid Henry  
Délégué commercial principal  
Tél. : (780) 495-4415  
Courriel : [henry.reid@ic.gc.ca](mailto:henry.reid@ic.gc.ca)

■ **ALBERTA**

Centre du commerce international

Industrie Canada  
Suite 725, 9700 Jasper Avenue  
Edmonton (Alberta)  
T5J 4C3

Tél. : (780) 495-2944  
Télec. : (780) 495-4507

**Personne-ressource :**

Reid Henry  
Délégué commercial principal  
Tél. : (780) 495-4415  
Courriel : [henry.reid@ic.gc.ca](mailto:henry.reid@ic.gc.ca)

Centre du commerce international

Industrie Canada  
Suite 300, 639 5th Avenue S.W.  
Calgary (Alberta) T2P 0M9  
Tél. : (403) 292-4575  
Télec. : (403) 292-4578

**Personne-ressource :**

Jessie Hislop  
Déléguée commerciale  
Tél. : (403) 292-6409  
Courriel : [hislop.jessie@ic.gc.ca](mailto:hislop.jessie@ic.gc.ca)

■ **SASKATCHEWAN**

Centre du commerce international

Industrie Canada  
Princetown Tower, Scotia Centre  
7th Floor  
123 Second Avenue South  
Saskatoon (Saskatchewan)  
S7K 7B6

Tél. : (306) 975-5315  
Télec. : (306) 975-5334

**Personne-ressource :**

Lynne Tait  
Déléguée commerciale principale  
Tél. : (306) 975-4343  
Courriel : [tait.lynne@ic.gc.ca](mailto:tait.lynne@ic.gc.ca)

Centre du commerce international

Industrie Canada  
3rd Floor, 1801 Hamilton Street  
P.O. Box 3750  
Regina (Saskatchewan)  
S4P 3N8

Tél. : (306) 780-6124  
Télec. : (306) 780-8797

**Personne-ressource :**

Mona Taylor  
Déléguée commerciale  
Tél. : (306) 780-6124  
Courriel : [taylor.mona@ic.gc.ca](mailto:taylor.mona@ic.gc.ca)



## Centres du commerce international

Un partenaire indispensable

### ■ TERRE-NEUVE

Centre du commerce international  
Industrie Canada  
10th Floor  
John Cabot Building  
Phase II, 10 Batters Hill  
P.O. Box 8950  
St. John's (Terre-Neuve)  
A1B 3R9  
Tél. : (709) 772-4782  
Téléc. : (709) 772-5093

#### ■ Personne-ressource :

Patricia Hearn  
Délégue commerciale principale  
Tél. : (709) 772-4866  
Courriel : [hearn.patricia@ic.gc.ca](mailto:hearn.patricia@ic.gc.ca)

### ■ ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

Centre du commerce international  
Industrie Canada  
2nd Floor  
75 Fitzroy Street  
P.O. Box 1115  
Charlottetown  
(Île-du-Prince-Édouard)  
C1A 7M8  
Tél. : (902) 566-7443  
Téléc. : (902) 566-7450

#### ■ Personne-ressource :

Charlote Mauray  
Délégue commerciale principale  
Tél. : (902) 566-7382  
Courriel : [mauray.charlotte@ic.gc.ca](mailto:mauray.charlotte@ic.gc.ca)

### ■ NOUVELLE-ÉCOSSE

Centre du commerce international  
Industrie Canada  
5th Floor  
World Trade and Convention  
Centre  
1800 Argyle Street  
P.O. Box 940, Station M  
Halifax (Nouvelle-Écosse)  
B3J 2V9  
Tél. : (902) 426-7540  
Téléc. : (902) 426-5218

#### ■ Personne-ressource :

Allison Tait  
Délégue commerciale principale  
Tél. : (902) 426-6660  
Courriel : [taita.allison@ic.gc.ca](mailto:taita.allison@ic.gc.ca)

### ■ NOUVEAU-BRUNSWICK

Centre du commerce international  
Industrie Canada  
4<sup>e</sup> étage, bureau 103  
1045, rue Main  
Moncton (Nouveau-Brunswick)  
E1C 1H1  
Tél. : (506) 851-6452  
Téléc. : (506) 851-6429

#### ■ Personne-ressource :

Léo R. Leduc  
Délégue commerciale principale  
Tél. : (506) 851-6440  
Courriel : [leduc.leo@ic.gc.ca](mailto:leduc.leo@ic.gc.ca)

### ■ QUÉBEC

Centre du commerce international  
Industrie Canada  
5, Place Ville-Marie, 7<sup>e</sup> étage  
Montréal (Québec) H3B 2G2  
Tél. : (514) 283-6328  
Téléc. : (514) 283-8794

### ■ ONTARIO

Personnes-ressources :  
Gaëtan Bruneau  
Directeur et délégué commercial  
principal  
Tél. : (514) 283-6796  
Courriel : [bruneau.gaetan@ic.gc.ca](mailto:bruneau.gaetan@ic.gc.ca)  
Paul Delaney  
Directeur des opérations  
Tél. : (514) 283-3531  
Courriel : [delaney.paul@ic.gc.ca](mailto:delaney.paul@ic.gc.ca)

#### ■ Personne-ressource :

Conrad Paquette  
Délégue commercial principal  
Tél. : (416) 954-6326  
Courriel : [paquette.conrad@ic.gc.ca](mailto:paquette.conrad@ic.gc.ca)

### ■ MANITOBA

Centre du commerce international  
Industrie Canada  
400, avenue St. Mary, 4<sup>e</sup> étage  
Winnipeg (Manitoba)  
R3C 4K5  
Tél. : (204) 983-5851  
Téléc. : (204) 983-3182

#### ■ Personne-ressource :

Pierre-André Cusson  
Délégue commercial principal  
Tél. : (204) 983-4099  
Courriel : [cusson.pierreandre@ic.gc.ca](mailto:cusson.pierreandre@ic.gc.ca)

# Annexe D

## Industrie Canada et le Portefeuille de l'Industrie

Un partenaire indispensable

23

Visitez notre site Web @ <http://info.ic.gc.ca>

### Le Portefeuille de l'Industrie

- ☐ Agence de promotion économique du Canada atlantique
- ☐ Agence spatiale canadienne
- ☐ Banque de développement du Canada
- ☐ Commission du droit d'auteur Canada
- ☐ Conseil canadien des normes
- ☐ Conseil de recherches en sciences humaines du Canada
- ☐ Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada
- ☐ Conseil national de recherches Canada
- ☐ Développement économique Canada pour les régions du Québec
- ☐ Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
- ☐ Industrie Canada
- ☐ Statistique Canada
- ☐ Tribunal de la concurrence

### Innovation et partenariat, facteurs d'emploi et de croissance

Le Portefeuille de l'Industrie regroupe les 13 ministères et organismes les mieux placés pour poursuivre l'objectif du gouvernement, à savoir instaurer l'économie du savoir dans toutes les régions du Canada et faire progresser le Programme emploi et croissance.

Industrie Canada collabore avec les autres membres du Portefeuille pour faire fructifier les ressources et exploiter des synergies sur divers plans bien précis :

- **innovation grâce aux sciences et à la technologie :** aider les entreprises et les organismes à but non lucratif à faire en sorte que les idées aboutissent plus vite à la création de produits et de services;

- **commerce et investissement :** encourager plus d'entreprises dans plus de secteurs à exporter sur de plus nombreux marchés, et aider les entreprises canadiennes à attirer une plus grande part des investissements étrangers directs;

- **croissance des PME :** leur donner accès au capital, aux informations et aux services;

- **croissance économique des collectivités canadiennes :** favoriser l'adoption de nouvelles solutions pour stimuler le développement économique des collectivités, en fonction des atouts et des infrastructures de l'information que celles-ci possèdent.



### ADMINISTRATION CENTRALE

■ **Industrie Canada**  
235, rue Queen  
Ottawa (Ontario) K1A 0H5  
Tél. : (613) 954-2788  
Téléc. : (613) 954-1894

### Région de l'Atlantique

■ **Industrie Canada**  
10th Floor  
John Cabot Building  
St. John's (Terre-Neuve)  
A1C 6M1  
Tél. : (709) 772-4866  
Téléc. : (709) 772-5093

■ **Industrie Canada**  
2nd Floor  
75 Fitzroy Street  
P.O. Box 1115  
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)  
C1A 7M8  
Tél. : (902) 566-7382  
Téléc. : (902) 566-7450

■ **Industrie Canada**  
1801 Hollis Street  
P.O. Box 940, Station M  
Halifax (Nouvelle-Écosse)  
B3J 2Y9  
Tél. : (902) 426-3458  
Téléc. : (902) 426-2624

■ **Industrie Canada**  
4<sup>e</sup> étage, bureau 103  
1045, rue Main  
Moncton (Nouveau-Brunswick)  
E1C 1H1  
Tél. : (506) 851-6521  
Téléc. : (506) 851-6502

### Région du Québec

■ **Industrie Canada**  
5, Place Ville-Marie, 7<sup>e</sup> étage  
Montréal (Québec) H3B 2G2  
Tél. : (514) 496-1797  
Téléc. : (514) 283-2247

### Région de l'Ontario

■ **Industrie Canada**  
151, rue Yonge, 4<sup>e</sup> étage  
Toronto (Ontario) M5C 2W7  
Tél. : (416) 973-5000  
Téléc. : (416) 973-8714

### Région du Nord de l'Ontario

■ **FedNor**  
19, rue Lisgar, bureau 307  
Sudbury (Ontario) P3E 3L4  
Tél. : 1 877 333-6673  
Téléc. : (705) 671-0717

### Région des Prairies et des Territoires du Nord-Ouest

■ **Industrie Canada**  
400, avenue St. Mary, 4<sup>e</sup> étage  
Winnipeg (Manitoba) R3C 4K5  
Tél. : (204) 983-5851  
Téléc. : (204) 983-3182

### Industrie Canada

7th Floor  
123 Second Avenue South  
Saskatoon (Saskatchewan)  
S7K 7E6  
Tél. : (306) 975-4400  
Téléc. : (306) 975-6727

### Industrie Canada

Suite 1020  
2002 Victoria Avenue  
Regina (Saskatchewan) S4P 0R7  
Tél. : (306) 780-5010  
Téléc. : (306) 780-6506

### Industrie Canada

Suite 725  
9700 Jasper Avenue  
Edmonton (Alberta) T5J 4C3  
Tél. : (403) 495-4782  
Téléc. : (403) 495-4507

### Industrie Canada

Suite 400  
639 5th Avenue S.W.  
Calgary (Alberta) T2P 0M9  
Tél. : (403) 292-4575  
Téléc. : (403) 292-4295

### Industrie Canada

Suite 1006  
4920 52nd Street  
Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest)  
X1A 3T1  
Tél. : (867) 920-6604  
Téléc. : (867) 920-6601

### Région du Pacifique (Colombie-Britannique et Yukon)

■ **Industrie Canada**  
Suite 2000  
300 West Georgia Street  
Vancouver (Colombie-Britannique)  
V6B 6E1  
Tél. : (604) 666-5000  
Téléc. : (604) 666-8330



**Commissaire aux brevets,registraire des marques de commerce et président intérimaire, Office de la propriété intellectuelle du Canada**  
Anthony McDonough  
Tél. : (819) 997-1057  
Téléc. : (819) 997-1890  
Courriel : [mcdonough.ionny@ic.gc.ca](mailto:mcdonough.ionny@ic.gc.ca)

**Surintendant des faillites, Bureau du surintendant des faillites**  
Marc Mayrand  
Tél. : (613) 941-2691  
Téléc. : (613) 946-9205  
Courriel : [mayrand.marc@ic.gc.ca](mailto:mayrand.marc@ic.gc.ca)

**Directeur général, Direction générale des corporations**  
Richard Shaw  
Tél. : (613) 941-2837  
Téléc. : (613) 941-5783  
Courriel : [shaw.richard@ic.gc.ca](mailto:shaw.richard@ic.gc.ca)

**Président, Mesures Canada**  
Alan E. Johnston  
Tél. : (613) 952-0655  
Téléc. : (613) 957-1265  
Courriel : [johnston.alan@ic.gc.ca](mailto:johnston.alan@ic.gc.ca)

**Directeur exécutif, Région de l'Atlantique**  
David Mulcaster  
Tél. : (902) 426-3458  
Téléc. : (902) 426-2615  
Courriel : [mulcaster.david@ic.gc.ca](mailto:mulcaster.david@ic.gc.ca)

**Directeur exécutif, Région du Québec**  
Réjean Frenette  
Tél. : (514) 283-1885  
Téléc. : (514) 496-7003  
Courriel : [frenette.rejean@ic.gc.ca](mailto:frenette.rejean@ic.gc.ca)

**Directrice exécutive, Région de l'Ontario**  
Brigitte Hohn  
Tél. : (416) 973-5001  
Téléc. : (416) 973-8714  
Courriel : [hohn.brigitte@ic.gc.ca](mailto:hohn.brigitte@ic.gc.ca)

**Directeur exécutif, Région des Prairies et des Territoires du Nord-Ouest**  
Glenn Fields  
Tél. : (780) 495-2951  
Téléc. : (780) 495-4582  
Courriel : [fields.glenm@ic.gc.ca](mailto:fields.glenm@ic.gc.ca)

**Directeur exécutif, Région du Pacifique**  
Bruce Drake  
Tél. : (604) 666-1400  
Téléc. : (604) 666-8330  
Courriel : [drake.bruce@ic.gc.ca](mailto:drake.bruce@ic.gc.ca)

**Directrice générale, Région du Nord de l'Ontario**  
Louise Paquette  
Tél. : (705) 671-0711  
Téléc. : (705) 670-6103  
Courriel : [paquette.louise@ic.gc.ca](mailto:paquette.louise@ic.gc.ca)

**Sous-ministre adjoint, Secteur de la politique industrielle et scientifique**  
Andrei Sulzenko  
Tél. : (613) 995-9605  
Téléc. : (613) 995-2233  
Courriel : [sulzenko.andrei@ic.gc.ca](mailto:sulzenko.andrei@ic.gc.ca)

**Sous-ministre adjoint, Secteur de l'industrie**  
John M. Baniagan  
Tél. : (613) 954-3798  
Téléc. : (613) 941-1134  
Courriel : [baniagan.john@ic.gc.ca](mailto:baniagan.john@ic.gc.ca)

**Sous-ministre adjoint, Secteur du spectre, des technologies de l'information et des télécommunications**  
Michael M. Binder  
Tél. : (613) 998-0368  
Téléc. : (613) 952-1203  
Courriel : [binder.michael@ic.gc.ca](mailto:binder.michael@ic.gc.ca)

**Sous-ministre adjointe, Secteur des opérations**  
Diane Vincent  
Tél. : (613) 954-3405  
Téléc. : (613) 954-4883  
Courriel : [vincent.diane@ic.gc.ca](mailto:vincent.diane@ic.gc.ca)

**Sous-ministre délégué, Opérations**  
Mark Corey  
Tél. : (613) 957-4392  
Téléc. : (613) 954-4883  
Courriel : [corey.mark@ic.gc.ca](mailto:corey.mark@ic.gc.ca)



**Directrice générale, Direction générale des communications**  
 Marie Bédard  
 Tél. : (613) 947-2597  
 Téléc. : (613) 947-3390  
 Courriel : bedard.marie@ic.gc.ca

**Contrôleuse générale**  
 Mary Zamparo  
 Tél. : (613) 957-9288  
 Téléc. : (613) 998-6950  
 Courriel : zamparo.mary@ic.gc.ca

**Directrice générale, Direction générale des ressources humaines**  
 Vinita Watson  
 Tél. : (613) 954-5474  
 Téléc. : (613) 952-0239  
 Courriel : watson.vinita@ic.gc.ca

**Président, Centre de recherches sur les communications**  
 Gerry Turcotte  
 Tél. : (613) 990-3929  
 Téléc. : (613) 990-7983  
 Courriel : turcotte.gerry@crc.doc.ca

**Président, Commission canadienne du tourisme**  
 Doug Fyfe  
 Tél. : (613) 954-3830  
 Téléc. : (613) 952-9014  
 Courriel : fyfe.douglas@ic.gc.ca

**Commissaire de la concurrence, Bureau de la concurrence**  
 Konrad von Finckenstein  
 Tél. : (819) 997-3301  
 Téléc. : (819) 953-5013  
 Courriel : vonfinckenstein.konrad@ic.gc.ca

**Directeur exécutif, Groupe de travail sur le commerce électronique**  
 Vacant  
 Tél. : (613) 992-1120  
 Téléc. : (613) 992-8562

**Partenariat technologique Canada**  
 Bruce L. Deacon  
 Tél. : (613) 941-6747  
 Téléc. : (613) 954-9117  
 Courriel : deacon.bruce@ic.gc.ca

**Directeur exécutif, Direction générale de la vérification et de l'évaluation**  
 Owen M. Taylor  
 Tél. : (613) 954-5084  
 Téléc. : (613) 954-5070  
 Courriel : taylor.owen@ic.gc.ca

**Directrice exécutive, Bureau du Portefeuille de l'Industrie**  
 Susan Williams  
 Tél. : (613) 954-8911  
 Téléc. : (613) 957-1990  
 Courriel : williams.susan@ic.gc.ca

**Agent principal de l'information**  
 Vacant  
 Tél. : (613) 954-3574  
 Téléc. : (613) 941-1938

**Conseiller en éthique**  
 Howard R. Wilson  
 Tél. : (613) 995-6852  
 Téléc. : (613) 995-7308  
 Courriel : wilson.howie@ic.gc.ca

**Ministre de l'Industrie**  
 John Manley  
 Tél. : (613) 995-9001  
 Téléc. : (613) 992-0302  
 Courriel : manley.john@ic.gc.ca

**Secrétaire parlementaire du ministre de l'Industrie**  
 Walt Lastewka (député)  
 Tél. : (613) 992-3352  
 Téléc. : (613) 947-4402  
 Courriel : lastew@parl.gc.ca

**Sous-ministre**  
 Kevin G. Lynch  
 Tél. : (613) 992-4292  
 Téléc. : (613) 954-3272  
 Courriel : lynch.kevin@ic.gc.ca

**Sous-ministre délégué**  
 Vacant  
 Tél. : (613) 943-7165  
 Téléc. : (613) 954-3272

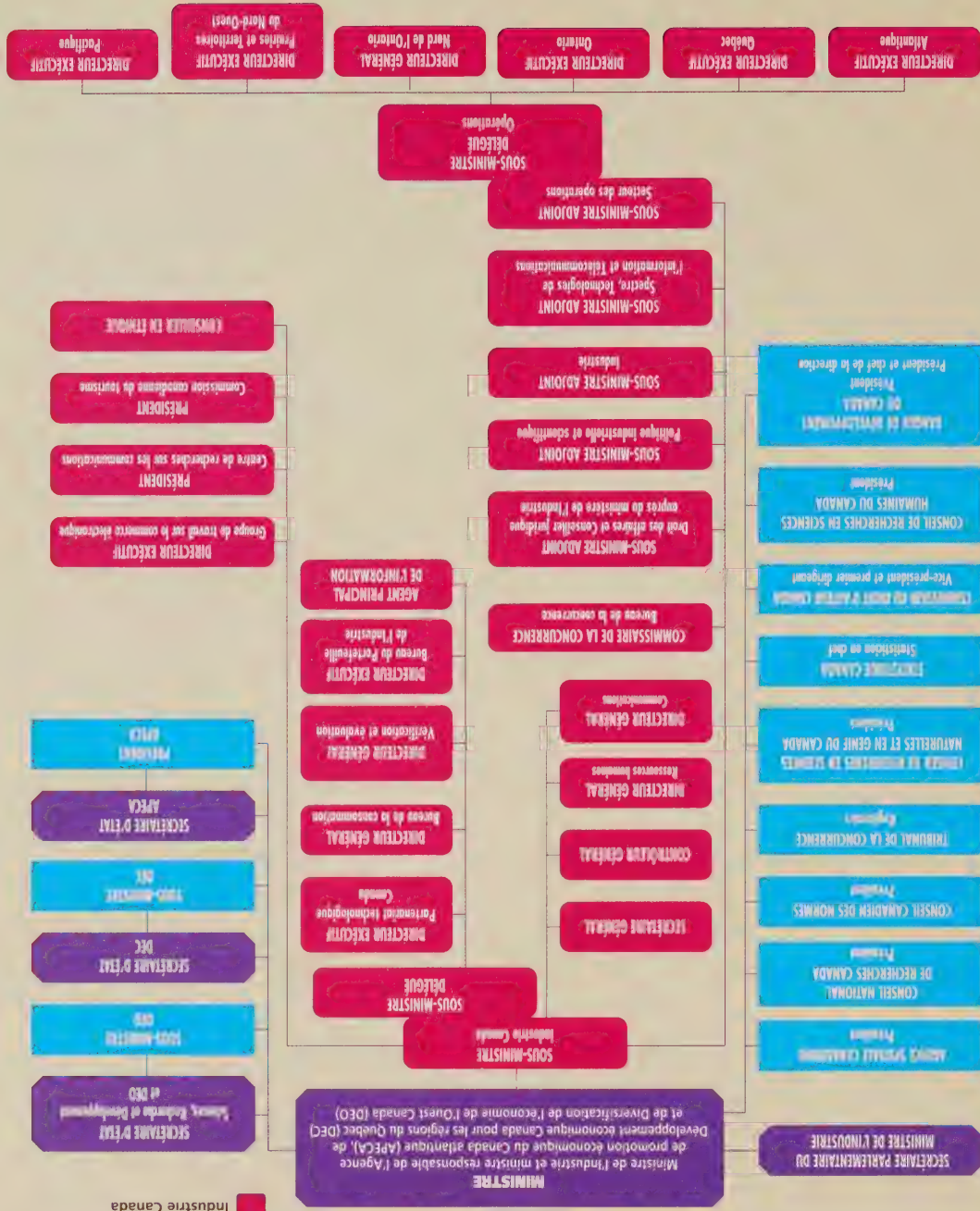
**Sous-ministre adjoint, Droit des affaires, et conseiller juridique**  
 Edward J. Thompson  
 Tél. : (613) 954-3946  
 Téléc. : (613) 952-9668  
 Courriel : thompson.edward@ic.gc.ca

**Secrétaire général**  
 Marie-Josée Thivierge  
 Tél. : (613) 943-7038  
 Téléc. : (613) 954-3272  
 Courriel : thivierge.marie@ic.gc.ca

# Annexe A

## Organigramme du Portefeuille de l'Industrie

Ministre, secrétaires d'État et secrétaire parlementaire  
Portefeuille, sauf Industrie Canada  
Industrie Canada





# Services de gestion et services généraux

Appuyer les programmes et les services du Ministère

**Le Programme de préparation à l'emploi (SI) d'Industrie Canada aide les employés à réaliser leurs objectifs de carrière**

Ce programme a été officiellement lancé pour une deuxième année consécutive en février 1999. Il offre à 15 employés exceptionnels des services administratifs et de soutien d'Industrie Canada la possibilité d'acquérir les compétences et les connaissances requises pour entreprendre une nouvelle carrière à titre d'adjoints à la recherche. Un des 17 candidats qui ont terminé avec succès la première année du programme précisait qu'il s'agit « [...] d'une formule gagnante en tous points. Il me permet d'acquérir de nouvelles connaissances et compétences, et m'offre la possibilité de réussir dans d'autres domaines. Pour sa part, le gouvernement profite de ressources humaines plus compétentes, renseignées et souples. »

Les employés d'Industrie Canada participent pour la plupart à la mise en œuvre des programmes et services du Ministère axés sur ses cinq objectifs stratégiques. Dans l'exercice de leurs fonctions, ils sont appuyés par le personnel des Services de gestion et services généraux, dont le rôle consiste à soutenir les organismes du Ministère en leur fournissant des services administratifs et consultatifs.

Par exemple, certaines des priorités administratives du Ministère, telles que précisées dans le Plan de gestion des personnes, visent la revitalisation du programme de perfectionnement, tant pour les professionnels subalternes que supérieurs, le lancement d'un programme de reconnaissance et la mise en œuvre d'une stratégie de marketing et de communication faisant connaître les réalisations et les succès du Ministère dans sa démarche pour devenir un employeur de choix. En tout, quatre millions de dollars par année, pendant trois ans, ont été affectés à la réalisation de ce plan.

## Services de gestion et services généraux

- Le personnel des Services de gestion et services généraux communique en temps opportun des renseignements pertinents et fiables qui appuient le processus décisionnel du Ministère et assurent la transparence de celui du gouvernement canadien.
- Direction générale des ressources humaines
- Direction générale des communications
- Appui informatique intégré
- Direction générale du contrôle
- Gestion des installations
- Services de distribution de courrier et de dossiers
- Centre des conseillers en gestion
- Services généraux régionaux
- Direction générale de la vérification et de l'évaluation
- Conseiller en éthique
- Services exécutifs

Un partenaire indispensable

# La Commission canadienne du tourisme

**Développer les marchés étrangers — augmenter les exportations de biens et services canadiens**

Le marché international évolue rapidement et devient plus complexe et concurrentiel. Les activités d'Industrie Canada doivent faire en sorte que les entreprises canadiennes reçoivent l'appui dont elles ont besoin pour exploiter les occasions d'affaires internationales.

Le Ministère cherche à accroître le nombre de nouveaux exportateurs, à diversifier les marchés et à améliorer la part des secteurs clés sur leurs principaux marchés.

Il offre des services d'information et de soutien aux entreprises prêtes à exporter dans les secteurs prioritaires. De plus, Industrie Canada appuie les exportateurs et occasions d'affaires par l'entremise du Centre des occasions d'affaires internationales.

Industrie Canada appuie la commercialisation de nouveaux produits et la pénétration de nouveaux marchés en mettant en œuvre le Programme de développement des marchés d'exportation du MAECI (financement de demandes se chiffrant à environ 9,7 millions de dollars), les missions du programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (au moins 147 nouveaux exportateurs seront recrutés) et les missions « inverses » du programme Nouveaux exportateurs aux États frontaliers (16 sont prévues) ainsi qu'en organisant plus de 700 missions spéciales ou en y participant.

Le Ministère joue aussi un rôle de premier plan dans la promotion du Canada à titre de destination touristique par excellence. Grâce à un partenariat unique entre les secteurs public et privé, il favorise la croissance et la rentabilité de l'industrie touristique canadienne.

La Commission canadienne du tourisme, organisme de service spécial d'Industrie Canada, cherche à promouvoir le Canada comme une destination quatre saisons de choix, permettant de communier avec la nature à son meilleur et de faire l'expérience des diverses cultures et collectivités canadiennes.

- Les dépenses des touristes au Canada ont atteint 44 milliards de dollars en 1997.
- Les dépenses des visiteurs ont augmenté de plus de 5,2 p. 100 par an au cours des 10 dernières années.
- Au Canada, le secteur touristique a procuré un emploi direct à plus de 500 000 personnes en 1998.

■ Le Canada se classe au neuvième rang mondial des destinations touristiques de choix. Quelque 17,6 millions de touristes étrangers sont venus au Canada en 1997, un nombre record.

La Commission canadienne du tourisme est un partenariat unique des secteurs public et privé qui propose une façon novatrice d'aborder le tourisme : une demande menée par l'industrie et soignée sur le marché.

<http://www.canadatourisme.com>

## Équipe Canada inc

Le réseau fédéral Équipe Canada inc a pris de l'expansion en 1998-1999. Il regroupe maintenant 20 ministères et organismes fédéraux travaillant au même plan intégré pour la promotion du commerce international.

En 1999-2000, les activités viseront d'abord et avant tout à mettre à la portée des nouveaux partenaires les outils d'Équipe Canada inc, soit *ExportSource* (<http://exportsource.gc.ca>) et le numéro sans frais 1 888 811-1119, qui donne accès au service d'information sur les exportations.



## Les foires-info pour la petite entreprise

Les foires-info pour la petite entreprise visent à mieux faire connaître un large éventail de programmes et de services fédéraux destinés à ce secteur d'activité. Organisées par les membres du Portefeuille de l'Industrie et parrainées par la Banque de développement du Canada, les foires-info offrent un appui à plus d'un titre :

démarrage d'une entreprise, information stratégique, financement, exportation, accès à la technologie et ressources humaines. En 1999, ces rencontres très populaires sont prévues dans 25 localités de toutes les régions du pays.

## Sommet commercial des femmes d'affaires Canada-États-Unis, à Toronto, en mai 1999

Ce sommet a favorisé les échanges entre 150 femmes d'affaires canadiennes et 150 femmes américaines pour leur permettre d'envisager des possibilités d'expansion en faisant affaire de part et d'autre de la frontière canado-américaine. Industrie Canada a joué un rôle de premier plan dans l'organisation et la promotion du Sommet, en collaboration avec le secteur privé, les provinces, d'autres ministères fédéraux et des partenaires américains.

- accroître le nombre d'entreprises prêtes à exporter ou orientées vers l'exportation, y compris les PME, les entrepreneurs autochtones et les femmes entrepreneurs.
- sensibiliser les entreprises, notamment les PME, aux possibilités qu'offrent les marchés mondiaux;
- assurer de façon uniforme des services intégrés et ciblés;

Dans le dossier du commerce intérieur, le gouvernement fédéral, les provinces et les territoires ont conclu l'Accord sur le commerce intérieur en 1994. Il s'agit d'une première étape pour éliminer les obstacles, mais encore faut-il mener à terme les négociations prévues, rationaliser et améliorer les procédures de règlement des différends et réduire le nombre d'exceptions.

## Maintenir et améliorer l'accès aux marchés

Pour favoriser l'accès aux marchés, un régime ou un contexte commercial offrant certitude et prévisibilité, et encourageant la planification des affaires à long terme au pays, se révèle des plus utiles. Dans le cadre de diverses ententes, le Canada a déjà négocié l'instauration d'un environnement commercial plus libéral et bien réglementé, mais il doit faire fond sur ces réussites en jouant un rôle de premier plan dans la consolidation du cadre réglementaire international.

## Améliorer la capacité d'exportation et le degré de préparation des exportateurs — entreprises et industries concurrentielles sur la scène internationale et tournées vers l'exportation

Il faut d'abord accroître, consolider et diversifier la compétitivité et la capacité d'exportation des entreprises canadiennes pour augmenter le nombre d'entreprises exportatrices. Industrie Canada doit favoriser une mentalité axée sur les marchés mondiaux et encourager un plus grand nombre d'entreprises à adapter leurs produits et services à ces marchés.

Travailler avec les entreprises canadiennes à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux

## Le commerce international représente pour le pays un important facteur de croissance économique et de création d'emplois.

Les Centres du commerce international d'Industrie Canada, situés dans toutes les régions du pays, et les Équipes sectorielles commerciales Canada prennent une part active à la mise en œuvre du programme canadien en matière de commerce.

exportateurs canadiens actuels et d'aider les entreprises qui veulent se lancer sur les marchés d'exportation. La stratégie vise à établir des partenariats entre les fournisseurs de services d'exportation et à tirer le meilleur parti des atouts de chacun des participants. Ainsi, elle donnera un effet multiplicateur aux ressources restreintes, réduira les chevauchements, précisera les priorités et améliorera les renseignements commerciaux de même que les systèmes d'approvisionnement, tout en perfectionnant et en simplifiant les programmes et services offerts. Cette formule, désormais connue sous le nom d'« Équipe Canada inc », met maintenant à contribution 20 ministères et organismes fédéraux, qui travaillent en partenariat avec les provinces, les territoires et le secteur privé pour aider les entreprises canadiennes à réussir sur les marchés étrangers.

Le commerce international représente pour le pays un important facteur de croissance économique et de création d'emplois. L'augmentation, dans tous les secteurs, du nombre d'entreprises exportatrices, en particulier les PME, et la diversification des marchés d'exportation favorisent grandement la création d'emplois durables et intéressants. Par ailleurs, lorsqu'une entreprise connaît un succès international, c'est généralement signe qu'elle devance la concurrence dans son propre pays. La prospérité du Canada et la création d'emplois au pays sont directement liées à la capacité des Canadiens d'exploiter les possibilités sur les marchés étrangers.

Le Canada a élaboré une stratégie de promotion du commerce international pour relever les défis inhérents au commerce. L'objectif global est d'améliorer et de moderniser les services commerciaux offerts aux

### Le Canada — Une nation commerçante

En 1997, la valeur des importations de biens et services au Canada a atteint près de 39 p. 100 du PIB, soit plus du double de la moyenne des pays du G-7. Par ailleurs, le Canada a exporté 40 p. 100 des biens et services produits au pays, surpassant d'au moins trois fois les États-Unis et d'environ deux fois et demie la moyenne des pays du G-7. De 1990 à 1997, 15 p. 100 de la croissance économique et un emploi sur dix créé au pays sont directement attribuables aux exportations nettes.

- En collaboration avec les provinces et les territoires, Industrie Canada réduit les obstacles au commerce intérieur auxquels se heurtent les consommateurs en :
- harmonisant les règles sur la divulgation du coût du crédit à la consommation;
  - élaborant des lignes directrices régissant le marché électronique pour protéger les consommateurs;
  - adoptant une entente pour l'application, par voie de collaboration, des lois de protection des consommateurs;
  - mettant en œuvre CANSHARE, réseau de partage d'information pour les organismes chargés de l'application du droit de la consommation.

### Réduire les obstacles au commerce intérieur





## Améliorer le climat d'investissement intérieur et étranger

Industrie Canada veillera à améliorer le climat d'investissement au pays et à l'étranger en adoptant des lois et des règlements qui favorisent un marché équitable, efficace et concurrentiel, tant pour les entreprises que pour les consommateurs. En collaboration avec ses partenaires et clients, le Ministère contribuera grandement à améliorer le climat d'investissement au pays et à l'étranger par divers moyens, notamment :

- moderniser le droit de la concurrence;
- adopter des politiques pour réduire les obstacles à l'investissement relatifs à la propriété intellectuelle, à la protection par brevet et à la gestion du risque;
- procéder à une harmonisation avec d'autres administrations publiques;
- promouvoir les normes canadiennes;
- être partie aux traités bilatéraux, régionaux et multilatéraux sur le commerce et l'investissement;
- élaborer des politiques et des programmes pour accroître la compétitivité mondiale du climat commercial canadien.

Entreprise autochtone Canada offre à ses clients un large éventail de services, de renseignements et de mécanismes de soutien. Ces produits et services favorisent l'innovation, la connectivité et le commerce et attirent l'investissement nécessaire pour stimuler l'économie autochtone et l'intégrer aux économies nationale et internationale.

<http://www.ice.gc.ca>

## Faire valoir le Canada comme étant un lieu de prédilection pour l'investissement

L'amélioration de l'image de marque du Canada constitue un moyen efficace de combler l'écart entre les perceptions des investisseurs potentiels et la réalité. Industrie Canada préparera des produits d'information qui créent une image de marque faisant valoir le Canada comme un lieu de prédilection pour l'investissement au sein des pays signataires de l'ALENA. Il évaluera également les commentaires et les résultats provenant de la couverture des médias étrangers, des missions canadiennes à l'étranger, des gouvernements étrangers et des missions des sous-ministres prioritaires pour les pays investisseurs prioritaires pour suivre de près le degré de sensibilisation des investisseurs étrangers potentiels et améliorer l'efficacité des produits d'information diffusant l'image de marque.

## Attirer de nouveaux investissements des multinationales, tout en conservant leurs investissements actuels

Industrie Canada encouragera les multinationales à maintenir et à accroître leurs investissements au pays. Des stratégies sectorielles sont mises au point et des services d'investissement connexes sont offerts pour retenir et attirer des entreprises clés. Partenaires pour l'investissement au Canada, programme auquel participent Industrie Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MABC), coordonne à cette fin des campagnes ciblées. Réalisé en collaboration avec les ambassadeurs du Canada à l'étranger, ce programme offre un guide unique répondant aux besoins de multinationales choisies en matière d'investissement.

## Accroître l'investissement des PME et des entreprises autochtones

Industrie Canada tentera de cerner les possibilités de croissance des PME et de groupes cibles au moyen de partenariats d'investissement visant à stimuler la croissance et l'emploi dans ce secteur dynamique de l'économie canadienne. Les petites entreprises, les autochtones et les collectivités éloignées ont un meilleur accès au capital et à l'information grâce à la Loi sur le financement des petites entreprises du Canada, à l'Entreprise autochtone Canada, à FedNor (<http://fednor.ic.gc.ca>) et aux programmes de développement des collectivités.

- Les entreprises autochtones représentent une force dynamique et croissante dans l'économie canadienne.
- De 1981 à 1996, l'augmentation du nombre d'autochtones s'établissant à leur compte a été de deux fois et demie supérieure à la hausse nationale.
- Selon les résultats d'une étude sur les entreprises autochtones, 12 710 entreprises ont été fondées depuis 1981 et ont créé environ 48 500 emplois.

Selon une étude menée en 1997 par la société KPMG, qui comparait le coût inhérent aux affaires dans certaines villes canadiennes, américaines et européennes, le Canada s'avère un excellent pays où investir. D'autres études comparatives publiées par des organismes internationaux, dont le Forum économique mondial et les Nations Unies, et des maisons d'édition, comme *The Economist*, abondent dans le même sens. Leurs résultats sont communiqués de façon systématique à des décideurs clés chargés de l'investissement partout dans le monde.

## Investissements récents des multinationales

- Harris Canada : investissement de 153 millions de dollars dans les technologies numériques, accès sans fil à large bande, à Montréal et à Calgary.
- Bayer : investissement de 300 millions pour l'expansion de sa division de fabrication de caoutchouc synthétique, à Sarnia, en Ontario.
- Pneus Michelin : investissement de 150 millions dans une usine de pneus de camions et une usine de fabrication de caoutchouc, en Nouvelle-Écosse.
- Dow Chemical : investissement de 70 millions dans une usine pilote pour la production de copolymères.
- Ericsson : fondation de la société Services professionnels Ericsson, qui devrait créer 100 emplois de haute technologie à Ottawa.
- Alcan Aluminium : investissement de 1,6 milliard de dollars américains dans la construction d'une alumine à Alma, au Québec, jusqu'à 650 emplois pourraient être créés.
- Bombardier : investissement de 650 millions dans le programme de formation des pilotes de l'OTAN, à Montréal.
- Astra : investissement de 150 millions à Mississauga pour la fabrication et l'emballage de produits pharmaceutiques liquides stériles, ainsi qu'un investissement de 100 millions dans les immobilisations pour la fabrication d'autres gammes de produits d'ici 2007.

**Selon des études réalisées par Industrie Canada, les petites entreprises ont créé ces dernières années de 70 à 80 p. 100 des emplois au pays.**

L'investissement dans le secteur de la petite entreprise est d'une importance fondamentale pour l'économie canadienne, notamment pour la création d'emplois. Selon des études réalisées par Industrie Canada, les petites entreprises ont créé ces dernières années de 70 à 80 p. 100 des emplois au pays.

Les efforts d'Industrie Canada font partie intégrante de la stratégie d'investissement internationale de la stratégie d'investissement fédérale de 1996, dont un des aspects principaux consiste à aider davantage les petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes à former des partenariats internationaux d'investissement de pays et sur un plus grand nombre de marchés.

La création de conditions plus favorables à l'investissement étranger et l'intégration dans les entreprises au Canada contribue grandement à la croissance économique. En plus de stimuler d'emblée la création d'emplois et la croissance économique, l'investissement étranger direct comporte des avantages économiques importants. Entre autres, il accroît le flux des échanges commerciaux et donne accès aux compétences mondiales en technologie et en gestion. On estime qu'une augmentation de un milliard de dollars au titre de l'investissement étranger direct crée environ 45 000 emplois et accroît d'environ 4,5 milliards de dollars le produit intérieur brut (PIB) sur une période de cinq ans. Cet investissement est nécessaire à la R-D pour mettre au point les nouveaux produits et procédés qui accroîtront la productivité du Canada et sa compétitivité sur les marchés mondiaux.

Le Canada a de la difficulté à maintenir et à accroître sa part de l'investissement étranger direct en raison de la forte compétitivité mondiale dans ce domaine. La concurrence ne cesse de croître entre les sociétés affiliées aux multinationales pour l'exclusivité de produits et de projets de recherche, posant ainsi un autre défi. Le grand nombre de généreux stimulants offerts aux investisseurs par les administrations publiques de pays qui se font concurrence, surtout par plusieurs États et municipalités des États-Unis, témoigne de la vive concurrence livrée pour obtenir l'investissement étranger direct. Ainsi, un des plus grands défis consiste à accroître notre part de l'investissement étranger direct, notamment celui destiné aux pays signataires de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), la part du Canada ayant diminué de 10 points de 1985 à 1996, pour s'établir à 15 p. 100.





Comme le Ministère est chargé de l'application d'une vingtaine de lois, la première étape consiste à aider les entreprises et les consommateurs à comprendre les règles du marché. C'est dans cette optique que le Bureau de la concurrence étioffe l'information présentée sur son site Web (<http://concurrence.gc.ca>).

Il continuera par ailleurs de diffuser des produits d'information, notamment les vidéos qui aident les consommateurs à déjouer les escrocs du télémarketing et les délinquants qu'il distribue annuellement par milliers en vertu de son Initiative d'éducation du public.

Les partenariats avec l'industrie favorisent la conformité à la loi. Le Bureau du surintendant des faillites (<http://osb-bsf.gc.ca>) privatise actuellement une partie de ses services d'information de manière à pouvoir concentrer ses ressources sur la conformité. Pour sa part, Mesures Canada (<http://strategis.gc.ca/mescaan>) fait davantage appel au secteur privé pour assurer les services de mesure de l'électricité et du gaz.

En ce qui concerne l'application de la loi, les partenariats avec les provinces et les territoires fonctionnent bien également. Le lancement de CANSHARE, réseau de partage de l'information s'adressant aux organismes chargés de l'application du droit de la consommation à l'échelle du pays, et un récent accord de coopération pour l'application des lois contribueront à protéger davantage les consommateurs contre la fraude. En outre, Industrie Canada collaborera avec les commissions provinciales des valeurs mobilières pour éviter les chevauchements en matière de campagnes de sensibilisation du public et d'enquêtes.

## Modifier les comportements de manière que le marché fonctionne conformément aux lois, règlements, politiques et procédures cadres

Il ne suffit pas d'établir les règles. Pour appliquer les lois relevant de sa responsabilité, Industrie Canada mène toute une gamme d'activités, depuis l'application directe jusqu'à l'appui actif des efforts volontaires en matière de conformité. L'objectif est de modifier le comportement des agents économiques présents sur le marché de manière que celui-ci fonctionne conformément aux lois, règlements, politiques et procédures cadres. Le Ministère élabore plusieurs régimes novateurs en matière de conformité afin de mettre moins l'accent sur l'application de la loi.

Industrie Canada a mis en place un nouveau processus d'attribution des licences axé sur le marché, soit la mise aux enchères du spectre. Celle-ci constitue un moyen transparent, équitable et efficace d'attribuer les licences du spectre et offre une solution de rechange au processus d'examen comparatif des demandes. La première mise aux enchères du spectre pour les bandes de fréquences de 24 GHz et de 38 GHz aura lieu en 1999.

## Donner l'assurance que le marché est équitable, efficace et concurrentiel

La recherche, la diffusion de l'information, les avis de spécialistes et la sensibilisation des consommateurs améliorent l'efficacité des politiques cadres régissant le marché. En étant ainsi mieux informés, les entreprises et les consommateurs peuvent tirer avantage des possibilités qu'offre le marché, tout en exerçant leurs activités conformément aux règles, règlements, normes et procédures en vigueur et en ayant l'assurance que les entreprises avec lesquelles ils font affaire respectent les mêmes règles.

Le Ministère s'est engagé à améliorer ses services et à assurer aux consommateurs, aux entreprises et aux investisseurs un accès efficace et rapide aux services gouvernementaux, d'une manière fiable et adaptée aux besoins et au contexte qui leur sont propres. Il veillera à la bonne marche des programmes des organismes ministériels qui offrent des services axés sur le marché à rationaliser les transactions commerciales et à garantir le succès du Canada dans l'économie mondiale. Industrie Canada élaborera également des instruments d'analyse comparative, notamment des calculateurs du coût des services financiers et des guides ainsi que divers outils permettant d'évaluer l'efficacité des codes volontaires de l'industrie qui ont une incidence sur les transactions commerciales avec les consommateurs et d'améliorer ainsi leur capacité d'exiger des produits et des services novateurs et concurrentiels.

d'exploiter les nouvelles possibilités qu'offrent les marchés mondiaux.

La création d'un marché équitable, efficace et concurrentiel pour les entreprises, les consommateurs et les investisseurs est au cœur même des programmes du Ministère portant sur le commerce et l'investissement, et visant à faire du Canada un endroit attrayant pour les affaires.

## **Créer et maintenir un marché équitable, efficace et concurrentiel pour les entreprises, les consommateurs et les investisseurs**

Les percées technologiques, en particulier dans le secteur des télécommunications, créent de nouveaux problèmes quant à la protection de la vie privée, à la concurrence, aux droits de propriété et aux normes internationales, problèmes qu'il faut résoudre pour que les Canadiens tirent pleinement parti de leur capacité de mettre au point de nouveaux produits et services. La déréglementation généralisée ouvre de nouvelles perspectives, ce qui souligne la nécessité de rationaliser et de moderniser davantage les règlements.

Avantagés à la fois pour les producteurs et les consommateurs, un marché équitable, efficace et concurrentiel est un préalable à l'investissement, à l'innovation, à la croissance économique. En effet, il procure la stabilité et l'efficacité requises pour les affaires, tout en maintenant la confiance des consommateurs dans les produits et services offerts sur le marché et dans les transactions qui y sont conclues.

La mondialisation des marchés, les percées technologiques et la tendance continue à la déréglementation obligent le gouvernement à tenir à jour les lois concernant le marché. Compte tenu de l'élimination des obstacles au commerce, il faut moderniser les lois régissant le marché au pays pour permettre aux entreprises canadiennes

Industrie Canada est déterminé à instaurer un climat commercial propre à attirer et à retenir au Canada les meilleures entreprises du monde.

**Voici quelques exemples d'activités d'Industrie Canada pour respecter son engagement de créer un marché équitable, efficace et concurrentiel.**

- Amorcer les consultations en vue de la deuxième ronde de modifications de la *Loi sur la concurrence*.
- Améliorer le droit des sociétés en réformant la *Loi canadienne sur les sociétés par actions*.
- Modifier le Règlement sur les poids et mesures et le Règlement sur l'inspection de l'électricité et du gaz.
- Réduire le fardeau réglementaire imposé à l'industrie et rationaliser les exigences réglementaires, entre autres dans le secteur des télécommunications.
- Examiner la politique sur la propriété intellectuelle pour garantir l'existence de droits clairs et exécutoires.
- Acquérir de nouvelles gammes de fréquences auprès de l'Union internationale des télécommunications.
- Intervenir auprès des organismes de réglementation fédéraux et provinciaux afin de simplifier la réglementation et d'encourager la concurrence.
- Participer aux négociations bilatérales et multilatérales pour améliorer la capacité du Ministère de faire échec aux activités transfrontalières anticoncurrentielles.

## **Compte tenu**

*de l'élimination des obstacles au commerce, il faut moderniser les lois régissant le marché au pays pour permettre aux entreprises canadiennes d'exploiter les nouvelles possibilités qu'offrent les marchés mondiaux.*

sur le marché.

Pour assurer la vitalité et la productivité de l'économie, Industrie Canada contribuera à créer et à maintenir un marché équitable, efficace et concurrentiel pour les investisseurs, les consommateurs et les investisseurs.



## Créer un environnement de calibre mondial pour le commerce électronique

La Stratégie canadienne sur le commerce électronique consiste à mettre en œuvre des politiques et des lois cadres (y compris les « sept premières »), à promouvoir le commerce électronique sur la scène internationale et à encourager les consommateurs et les entreprises à favoriser son essor et son utilisation afin que, d'ici l'an 2000, le Canada devienne un chef de file dans le domaine.

Le commerce électronique améliore l'accès aux nouveaux marchés et aux revenus mondiaux. L'infotecnologie réduit le coût des transactions et de la distribution, élargit le choix offert aux consommateurs, améliore l'information sur les produits et le service après-vente, favorise la croissance dans certains créneaux et la fabrication de produits sur commande, réduit les délais

### Profiter des avantages du commerce électronique

La Stratégie canadienne sur le commerce électronique vise à stimuler l'expansion des marchés et la croissance des entreprises et ce, en accélérant l'essor du commerce électronique et son utilisation par les entreprises canadiennes de tous les secteurs et de toutes les régions, grâce à des initiatives dans trois domaines.

**Information – Mieux faire connaître le marché du commerce électronique au pays, y compris la capacité des fournisseurs canadiens, l'utilisation de ce type de transactions par les entreprises canadiennes et les obstacles au sein des entreprises.**

**Sensibilisation – Concevoir et réaliser des activités et produire de la documentation pour sensibiliser les entreprises et les consommateurs canadiens.**

**Stimulation de la croissance – Utiliser la trousse d'outils du Portfeuille de l'industrie pour favoriser l'essor et l'utilisation du commerce électronique.**

de réponse et permet l'établissement de nouvelles relations entre les entreprises et les consommateurs.

En 1999-2000, les efforts viseront encore à renforcer la position du Canada comme pays de prédilection pour le commerce électronique à plus d'un titre : protection de la propriété intellectuelle et des consommateurs, application des dispositions prévues dans le projet de loi C-54, accès aux réseaux et disponibilité du service et adoption du commerce électronique par les administrations publiques. Un cadre stratégique favorable à l'essor et à l'utilisation du commerce électronique est un élément essentiel pour faire du Canada un chef de file mondial dans ce domaine.

## La Stratégie canadienne sur le commerce électronique

Le 22 septembre 1998, le premier ministre a dévoilé la Stratégie canadienne sur le commerce électronique. Les principaux volets sont les suivants :

- instaurer la confiance dans l'économie numérique;
- clarifier les règles du marché;
- renforcer l'infrastructure de l'information;
- concrétiser les possibilités et développer les marchés.

Confirmant l'engagement du Canada à se maintenir à l'avant-garde de l'essor et de l'utilisation du commerce électronique, le premier ministre a également précisé les activités à réaliser en 1999 sur sept fronts, (les « sept premières ») :

- loi sur la protection des renseignements personnels;
- politique en matière de cryptographie;
- loi sur les signatures électroniques;
- infrastructure à clé publique;
- lignes directrices sur la protection des consommateurs;
- neutralité fiscale;
- guide des normes.

<http://com-elec.gc.ca>

## Maximiser les applications et le contenu numérique canadiens en ligne

Le volet Le contenu canadien en ligne fait la promotion du Canada comme fournisseur mondial de contenu numérique et d'applications Internet avancées en consolidant certains secteurs stratégiques de l'économie canadienne, notamment celui du contenu canadien et des nouveaux médias (télévision, téléapprentissage et commerce électronique), et en commanditant la numérisation de collections canadiennes. Par l'intermédiaire de CANARIE, Industrie Canada a veillé au démarrage de plus de 150 projets novateurs de haute technologie, auxquels participaient plus de 400 entreprises de toutes les régions du pays.

En 1998, le Canada accueillait la conférence ministérielle de l'OCDE sur le commerce électronique. C'était la première fois qu'une telle conférence avait lieu au Canada. Elle a permis à l'OCDE et à la communauté mondiale d'explorer de nouvelles avenues par la création de partenariats de travail entre les administrations publiques, le secteur privé, les organisations de consommateurs et les groupes d'intérêts sociaux, de même qu'entre les organismes internationaux. Les travaux se poursuivront pour mener à bien le programme international établi à la Conférence d'Ottawa grâce à la collaboration des pays membres de l'OCDE et dans le cadre d'autres tribunes internationales, comme l'Organisation mondiale du commerce, l'Organisation de coopération économique Asie-Pacifique et l'Accord de libre-échange des Amériques.



## de recherches sur les communications

La salle de classe virtuelle du Centre des élèves et des étudiants canadiens de 5 à 18 ans utilise les réseaux à large bande du Centre de recherches sur les communications (CRC) pour examiner toute une gamme de questions avec leurs homologues des écoles participantes en Europe et en Asie. En créant des didacticiels pour les communications à large bande, le CRC enrichit leur apprentissage. La salle de classe virtuelle recourt à un réseau rapide à fibres optiques pour relier des jeunes de toutes les parties du monde. Des élèves et des étudiants de Singapour, de la Suisse, de l'Allemagne et de l'Irlande ont communiqué avec des jeunes d'Ottawa dans le cadre de l'expérience d'apprentissage virtuel menée au cours de l'année dernière. Grâce à des écrans vidéo interactifs, le dialogue en temps réel favorise un type d'apprentissage dynamique et stimulant. C'est là un autre exemple des initiatives d'Industrie Canada pour relier des citoyens du monde entier et encourager la collaboration internationale et le travail d'équipe novateur.

<http://www.crc.ca>

Un partenaire indispensable

croissant d'outils à la disposition de tous les Canadiens. En outre, le site Web *Carrefour des consommateurs* offre une foule de renseignements utiles sur la consommation. *ExportSource* ouvre une fenêtre sur le monde à l'intention des Canadiens qui souhaitent commercialiser leurs produits et services sur les marchés mondiaux.

Le volet **Le Canada branché au reste du monde** présente le Canada comme un centre d'excellence mondial en matière de connectivité. En collaboration avec des organismes internationaux, le gouvernement veille à l'harmonisation des règlements et des politiques cadres, fait connaître aux autres pays les pratiques canadiennes exemplaires et préconise l'interconnexion mondiale et l'interopérabilité des réseaux à large bande, des applications et des services (par exemple, la télé santé et le téléapprentissage).

Le volet **Les gouvernements**

**canadiens en ligne** vise l'application des nouvelles technologies de l'information et des communications pour mieux servir les citoyens (citoyens et entreprises), en particulier par Internet. Industrie Canada travaille avec d'autres partenaires gouvernementaux pour assurer des services en ligne facilement accessibles. Il incombe aux administrations publiques de bien servir les citoyens et de leur procurer les outils voulus pour faire des choix éclairés. Un important objectif de l'initiative Un Canada branché consiste à faire en sorte que les administrations publiques deviennent des utilisateurs modèles de la technologie en vue d'offrir des services de qualité à leurs clients : le grand public, les consommateurs et les entreprises.

*Strategis*, principal site Web de renseignements commerciaux d'Industrie Canada, met un nombre toujours

Au 31 mars 1999, le **Programme des ordinateurs pour les écoles** avait fourni 125 000 ordinateurs aux écoles et aux bibliothèques canadiennes. Il compte en livrer 60 000 en 1999-2000 et 65 000 au cours de l'exercice suivant, en vue d'atteindre l'objectif de 250 000 d'ici le 31 mars 2001.

Grâce au **Programme d'accès communautaire (PAC)**, jusqu'à 10 000 centres d'accès publics à Internet seront établis d'ici le 31 mars 2001, afin de brancher à l'Internet les villes ainsi que toutes les collectivités rurales et éloignées de plus de 400 habitants.

Industrie Canada branchera à Internet 4 000 organismes bénévoles en 1999-2000 par l'entremise du **Programme d'aide au réseau du secteur du bénévolat** (VolNet), qui a pour objectif de brancher 10 000 organismes bénévoles dans toutes les régions du Canada d'ici mars 2001. Le Ministère collaborera aussi avec les amis du conseil du **programme Étudiants bien branchés** (<http://scpb-bb.com>) pour encourager le secteur privé à y participer.

Le programme **Collectivités ingénieuses** est une initiative réalisée en partenariat avec les collectivités et l'industrie locale afin d'appuyer des projets témoin dans les régions d'appel aux technologies de l'information et des communications pour relier les particuliers et les organismes, stimuler la productivité, l'innovation et la demande de produits et services de pointe ainsi que répondre aux besoins socio-économiques locaux. Industrie Canada commencera à réaliser la stratégie décrite dans le rapport du groupe d'experts sur les collectivités ingénieuses en lançant une série de projets témoin dans toutes les régions du Canada et en mettant au point des outils d'apprentissage en ligne afin d'appuyer les nouvelles collectivités ingénieuses. L'objectif consiste à lancer au moins un de ces projets dans chaque province, dans le Nord et dans une collectivité autochtone.



supérieure à celle des services Internet actuels. CANARIE met en œuvre CA\*Net 3, réseau à large bande de la prochaine génération. Premier segment national Internet à fibre optique et le plus rapide du monde, CA\*Net 3 fera évoluer les applications Internet, notamment dans les domaines du commerce électronique et de l'apprentissage continu. Il fait du Canada un chef de file mondial doté d'une infrastructure Internet d'avant-garde. Par ailleurs, sur la scène mondiale, Industrie Canada montre la voie à suivre pour que le pays bénéficie de l'harmonisation des normes, des règlements et des autres paramètres du marché.

## ***Le Canada est le premier pays à avoir branché toutes ses écoles et bibliothèques à Internet.***

La meilleure infrastructure de télécommunications du monde ne garantit pas que les citoyens y ont accès, qu'ils ont les moyens de se l'offrir et qu'ils savent l'utiliser de façon productive. En collaboration avec les provinces, les territoires, le secteur privé et les milieux du bénévolat, Industrie Canada offre des programmes aidant les Canadiens à se brancher à l'Inforoute. Le Ministère continuera de travailler avec ses partenaires afin qu'une infotechnologie durable soit à la portée d'un plus grand nombre de Canadiens, dans un plus grand nombre d'endroits de toutes les régions du pays.

### **Préparation à l'an 2000**

En raison du bogue informatique associé au nouveau millénaire, la préparation à l'an 2000 est au nombre des priorités du gouvernement. Le Secrétaire du Groupe de travail de l'an 2000 d'Industrie Canada renseigne les consommateurs à ce sujet et met tout en œuvre pour encourager le secteur privé à relever les défis associés à l'arrivée du nouveau millénaire.

### **Relier les Canadiens entre eux et au reste du monde d'une manière abordable et accessible**

Le volet **Le Canada en ligne** procure à tous les Canadiens l'accès à une infrastructure de calibre mondial. Industrie Canada aide le secteur privé à mettre sur pied une infrastructure de premier ordre. En outre, le Ministère continuera de moderniser les lois et la réglementation et de mettre en œuvre des politiques de télécommunications qui favorisent la concurrence et, par le fait même, l'innovation et l'investissement.

Avec l'aide financière d'Industrie Canada, CANARIE est devenu un chef de file mondial dans la recherche sur les communications à large bande. Ce partenariat public-privé compte à son actif, entre autres, la création de CA\*Net II, réseau à large bande offrant une vitesse d'accès jusqu'à 1 000 fois

En association avec les provinces et les territoires, le Rescol canadien a élaboré une stratégie et fixé un objectif en novembre 1994 : brancher toutes les écoles canadiennes à Internet avant le 31 mars 1999. Cet objectif, étape importante pour faire du Canada un des pays les plus branchés du monde, a été atteint grâce à un partenariat d'avant-garde dans le cadre de Rescol œuvre les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux, le secteur privé, les organismes éducatifs, les conseils et commissions scolaires, les écoles, les directeurs d'école, le personnel enseignant, la population étudiante et les parents. Le Canada est le premier pays à avoir branché toutes ses écoles, y compris celles des Premières Nations, et ses bibliothèques à Internet.

Au cours de la deuxième étape, le Rescol canadien continuera de collaborer avec les provinces et le secteur privé pour brancher à Internet toutes les salles de classe aussi.

Les entreprises et les consommateurs doivent s'adapter à un environnement mondial de plus en plus concurrentiel, où le succès repose sur l'avancement, l'acquisition et l'utilisation des connaissances. Le branchement des entreprises et des citoyens à l'Internet, notamment à Internet, joue un rôle prépondérant quant à l'adaptation aux nouvelles réalités. C'est pourquoi le gouvernement s'est fixé comme objectif de faire du Canada le pays le plus branché du monde d'ici l'an 2000.

Les entreprises branchées sont bien placées pour profiter des occasions d'affaires sur les marchés locaux et mondiaux et pour tirer parti des innovations qui les aideront à être plus productives et prospères. Les citoyens branchés ont accès aux sources de renseignements qui leur permettent d'acquérir de nouvelles compétences,

de demeurer au fait des progrès technologiques et de s'initier à de nouvelles idées pour ainsi contribuer de façon plus novatrice et efficace à la vie économique et sociale.

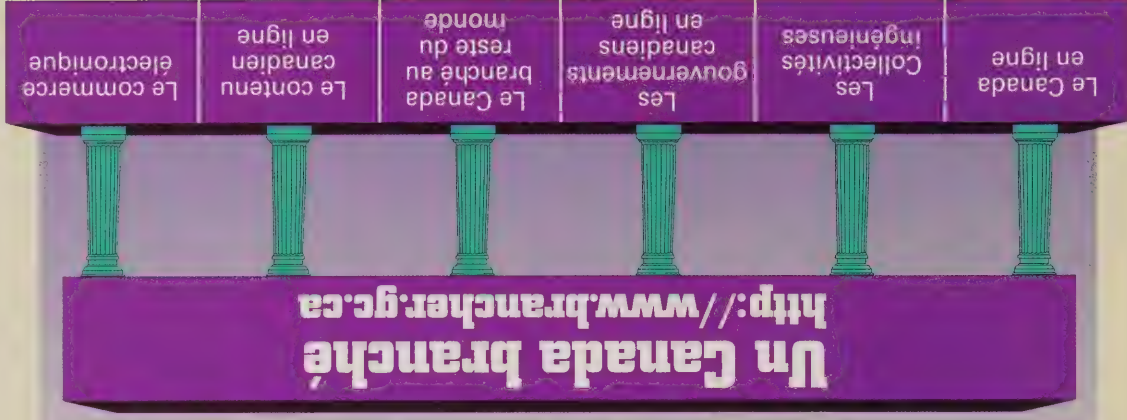
Grâce à cet avantage concurrentiel que leur procure la « connectivité », les pays peuvent offrir des produits et des services uniques sur le marché et attirer davantage les investisseurs.

Le Canada relève le défi de la connectivité. Grâce aux activités de l'industrie des technologies de l'information et des communications, le secteur privé construit l'infrastructure de base nécessaire. Le pays possède une des meilleures infrastructures de communications du monde et il fait figure de chef de file en ce qui concerne les services, la qualité, le développement des marchés et les tarifs dans le secteur des télécommunications. Afin de venir

Pour contribuer à faire du Canada le pays le plus branché du monde, Industrie Canada mettra l'accent sur les activités et les programmes favorisant la réalisation des six piliers, ou volets, de l'Initiative Un Canada branché (voir ci-dessous).

qu'offre l'économie du savoir.

en aide au secteur privé, le gouvernement continue de jouer un rôle important en adoptant de nouvelles politiques et de nouveaux règlements cadres. Ceux-ci ont eu pour effet de rendre disponibles de nouvelles radiofréquences du spectre, de stimuler la concurrence dans l'industrie des technologies de l'information et des communications et de faire du Canada un lieu de prédilection pour la mise au point de produits et de services associés au commerce électronique. Le défi final, toutefois, consiste à s'assurer que les citoyens et les entreprises au pays profitent de la connectivité pour saisir les occasions





**Enrichir les connaissances, en particulier dans les domaines offrant rapidement de bonnes possibilités d'application**

Le Canada fait piètre figure parmi les pays industrialisés en ce qui concerne la quantité de recherche financée et exécutée de même que le nombre de scientifiques et d'ingénieurs dans la population active. En fait, plus des deux tiers de l'apport technologique au pays sont d'origine étrangère, et le nombre de chercheurs dans la population active demeure peu élevé malgré les sommes considérables consacrées à l'éducation publique. Pour améliorer la situation, Industrie Canada continuera de favoriser l'avancement des connaissances et l'accès des nouvelles idées au marché.

En effet, Industrie Canada met en œuvre la Stratégie canadienne en matière de biotechnologie, annoncée en août 1998. Celle-ci établit une nouvelle politique cadre, un nouvel organisme consultatif indépendant regroupant des représentants de divers milieux et un nouveau mécanisme de coordination pour guider les efforts et les décisions du gouvernement fédéral. La biotechnologie nous permet de mieux comprendre les éléments de base des processus biologiques; c'est pourquoi le gouvernement a annoncé, dans le budget de 1999, qu'il affecterait 55 millions de dollars, sur trois ans, à la recherche-développement (R-D) dans ce domaine.

**Accélérer la commercialisation et l'adoption de procédés et de produits novateurs par les organismes canadiens**

Afin de tirer le meilleur parti d'idées et de procédés novateurs, il faut leur trouver des applications pratiques. Selon l'OCDE, le peu d'empiètement du Canada à se maintenir à l'avant-garde explique en grande partie son retard sur le plan de l'innovation. Industrie Canada doit stimuler l'interaction des milieux scientifiques et de l'industrie pour que les nouveaux produits et services soient commercialisés le plus rapidement possible ([http://strategie.ic.gc.ca/sc\\_innov/indoc/homepage.html](http://strategie.ic.gc.ca/sc_innov/indoc/homepage.html)).

**Pour chaque dollar versé par PTC, le secteur privé en investit plus de quatre dans la R-D.**

Partenariat technologique Canada (PTC) (<http://ptc.ic.gc.ca>) constitue un bon exemple des initiatives du Ministère pour favoriser le développement de services novateurs en investissant dans la mise au point de technologies. En collaboration avec le secteur privé, PTC investit, à l'échelle du Canada, dans des projets pilotes à risque élevé portant sur la mise au point de technologies en voie d'être commercialisées. Pour chaque dollar versé par PTC, le secteur privé en investit plus de quatre dans la R-D.

- les technologies environnementales relatives au changement climatique et au développement durable;
- les biotechnologies qui améliorent la santé des Canadiens et la productivité des secteurs agricole, aquicole et primaire;
- les technologies de fabrication et les matériaux avancés, susceptibles de stimuler tous les secteurs de l'économie;
- les technologies de pointe dans le secteur de l'information et des communications;
- la mise au point de nouveaux produits et de nouvelles technologies pour l'industrie de l'aérospatiale et de la défense.

Améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation et favoriser l'évolution vers une économie fondée sur le savoir

# Innovation

façon de tirer parti des sciences et de la technologie pour aider le gouvernement à stimuler la croissance, la productivité et la création d'emplois. À ce chapitre, il a pour mandat d'examiner le rendement du pays, de cerner les grandes questions de l'heure et de donner des conseils sur l'établissement d'un programme tourné vers l'avenir.

En 1999-2000, les travaux de deux groupes d'experts mis sur pied par le CCST seront au premier plan des initiatives de l'organisme. L'un des deux groupes a fait rapport au CCST sur l'état actuel de la recherche universitaire et les résultats de la recherche en matière d'affaires, organismes à but non lucratif et administrations publiques – doivent comprendre que l'innovation est un facteur de réussite déterminant et agit en conséquence.

## Amener les organismes de tous les secteurs de l'économie à reconnaître davantage que l'innovation constitue un facteur de réussite déterminant

Industrie Canada encouragera l'adoption d'un « réflexe de l'innovation » dans toute la société canadienne. Pour que la productivité du pays s'améliore à long terme, tous les secteurs de l'économie – éducation, milieu d'affaires, organismes à but non lucratif et administrations publiques – doivent comprendre que l'innovation est un facteur de réussite déterminant et agit en conséquence.

## L'innovation et le savoir sont les nouvelles matières premières de l'économie du XXI<sup>e</sup> siècle.

Le Conseil consultatif des sciences et de la technologie (CCST) (<http://aest-ccst.gc.ca>), qui relève du premier ministre, propose au gouvernement des façons de mieux intégrer l'innovation à toutes les facettes de l'économie. Financé par Industrie Canada, le CCST a été formé pour donner des avis éclairés et impartiaux sur la meilleure

l'innovation et le savoir sont les nouvelles matières premières de l'économie du XXI<sup>e</sup> siècle. Les Canadiens doivent innover; ils doivent entreprendre de nouvelles activités et toujours chercher à s'améliorer. L'innovation stimule la productivité et la concurrence dans tous les secteurs de notre économie et de notre société. D'après des études de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), le Canada accuse un retard sur le plan de l'innovation par rapport à ses concurrents. Bien que l'écart ait diminué progressivement, il demeure assez considérable.

Le gouvernement fédéral s'est engagé pleinement à promouvoir l'innovation. Il a investi des montants importants dans l'infrastructure canadienne du savoir :

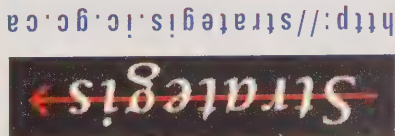
- la Fondation canadienne pour l'innovation (<http://www.innovation.ca>);
- les Réseaux de centres d'excellence (<http://www.rce.gc.ca>);
- les conseils subventionnaires (<http://www.crsng.ca>), (<http://www.crsb.ca>), (<http://www.crm.gc.ca>);
- le Réseau canadien pour l'avancement de la recherche, de l'industrie et de l'enseignement (CANARIE) (<http://www.canarie.ca>);
- le Réseau de recherche appliquée préconcurrentielle (PRECARN) (<http://www.precarn.ca>).

Le gouvernement encourage l'innovation et la recherche dans le secteur privé en offrant le régime de crédits fiscaux le plus généreux du monde. Grâce à des investissements ciblés, il participe aussi à titre de partenaire à l'élaboration de

- les investissements canadiens dans l'innovation ont beaucoup rapporté. Des recherches montrent que, comparativement aux industries canadiennes peu novatrices, celles qui innove :
- affichent une croissance de la productivité de six à neuf fois plus forte;
- croissent deux fois plus vite;
- créent les meilleurs emplois, lesquels exigent une formation et des compétences supérieures et dont la rémunération est de 60 p. 100 plus élevée;
- sont deux fois plus susceptibles d'exporter.



# Industrie Canada en ligne



Réseau des entreprises canadiennes <http://strategis.ic.gc.ca/rec>

Carte du commerce canadien <http://commercecan.ic.gc.ca>

Sources de financement <http://strategis.ic.gc.ca/sources>

Cartes routières technologiques <http://strategis.ic.gc.ca/crt>

Contact! <http://strategis.ic.gc.ca/contact>

Statistiques relatives à l'industrie canadienne et innovation <http://strategis.ic.gc.ca/sic>

## Services et règlements

Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) <http://opic.gc.ca>

Gestion du spectre radioélectrique et des télécommunications des corporations <http://strategis.ic.gc.ca/corporations>

Bureau de la concurrence <http://concurrency.ic.gc.ca>

Bureau du surintendant des faillites <http://osb-bsf.ic.gc.ca>

# Tableau des priorités d'Industrie Canada

Un partenaire indispensable

3

Visitez notre site Web @ <http://info.ic.gc.ca>





Au cours de l'exercice, Industrie Canada concentrera encore plus ses efforts sur la réalisation de cinq objectifs microéconomiques stratégiques visant à améliorer l'avantage concurrentiel dont le Canada a besoin pour accroître sa productivité à long terme :

- améliorer la performance du Canada sur le plan de l'**innovation**;
- favoriser la **connectivité** pour faire du Canada le pays le plus branché du monde;
- créer un **marché** équitable, efficace et concurrentiel;
- créer des conditions plus favorables à l'**investissement**;
- travailler à accroître, au chapitre du **commerce**,

la part du Canada sur les marchés mondiaux.

## Industrie Canada : Atteindre les clients

Industrie Canada offre aux Canadiens de toutes les régions du pays un grand nombre de programmes et services axés sur la réalisation de ses cinq objectifs stratégiques et s'adressant à une clientèle variée. Pour atteindre ses clients, le Ministère, en étroite collaboration avec ses partenaires de tous les ordres de gouvernement et du secteur privé, est à l'avant-garde en matière de produits et services permettant aux entreprises et aux particuliers d'avoir accès en tout temps à des renseignements stratégiques, notamment ceux offerts par les Centres de services aux entreprises du Canada ou sur Internet, comme *Strategis* (<http://strategis.gc.ca>) et *ExportSource* (<http://exportsource.gc.ca>). À l'intention des clients qui préfèrent traiter leurs affaires en personne, Industrie Canada a aussi établi, en plus de ses bureaux régionaux, des points de service dans 50 collectivités.

## Industrie Canada examine chacun de ses programmes et politiques dans le contexte de l'évolution vers l'économie du savoir.



- Le Canada se dote d'une solide assise pour devenir le pays le plus branché du monde d'ici l'an 2000.
- Le Canada se classe au premier rang mondial pour la formation de travailleurs intellectuels.

Bien que les mesures prises depuis 1994 pour stimuler davantage l'économie semblent commencer à porter fruit, il faut accroître la productivité à long terme pour hausser le niveau de vie de tous les Canadiens. À cet égard, le Canada accuse un retard sur ses principaux concurrents. Selon l'OCDE, de tous les pays du G-7, le Canada a affiché l'un des plus faibles taux de croissance de la productivité de la main-d'œuvre au cours des 20 dernières années (voir la *graphique à la page 1*). Le bien-être économique à long terme du pays dépend de l'amélioration de ce faible rendement.

## Industrie Canada : Ajouter à la valeur du Programme

Viser une plus forte croissance de la productivité représente un vaste défi de société. Le Canada ne se maintiendra à la première place au chapitre de la qualité de vie que par un effort concerté de tous les secteurs de l'économie et de la société : entreprises, administrations publiques, collectivités et particuliers. Le niveau de vie au pays, premier indicateur de la qualité de vie, est directement fonction des mesures prises par tous ces secteurs pour stimuler la croissance de la productivité à long terme. Puisque le *secteur privé* est le principal créateur de richesses, il va de soi que c'est lui qui doit mener la campagne à ce chapitre.

Sans contredit, l'économie et la société mondiales subissent une transformation fondamentale, en évoluant vers une croissance désormais axée sur le savoir. Dans la nouvelle économie, la saine gestion du savoir devient le facteur de réussite décisif. À long terme, le savoir, en particulier le savoir technologique, et une main-d'œuvre possédant les qualités requises pour l'appliquer constitueront les principaux facteurs d'accroissement de la productivité, d'augmentation des revenus et d'amélioration de la qualité de vie. C'est pourquoi Industrie Canada examine chacun de ses programmes et politiques dans le contexte de l'évolution vers l'économie du savoir.



# Industrie Canada :

## Un partenaire indispensable

Industrie Canada a pour mandat d'aider les Canadiens à accroître leur productivité et leur compétitivité dans l'économie mondiale du savoir. Par ses politiques, programmes et services, le Ministère contribue à créer une économie qui :

- procure aux Canadiens des emplois plus nombreux et mieux rémunérés;
- favorise davantage la croissance des entreprises grâce à l'amélioration soutenue de la productivité;
- donne aux consommateurs, aux entreprises et aux investisseurs l'assurance que le marché est équitable, efficace et concurrentiel.

### Industrie Canada

#### a pour mandat

#### d'aider les Canadiens

#### à accroître leur

#### productivité et leur

#### compétitivité dans

#### l'économie mondiale

#### du savoir.

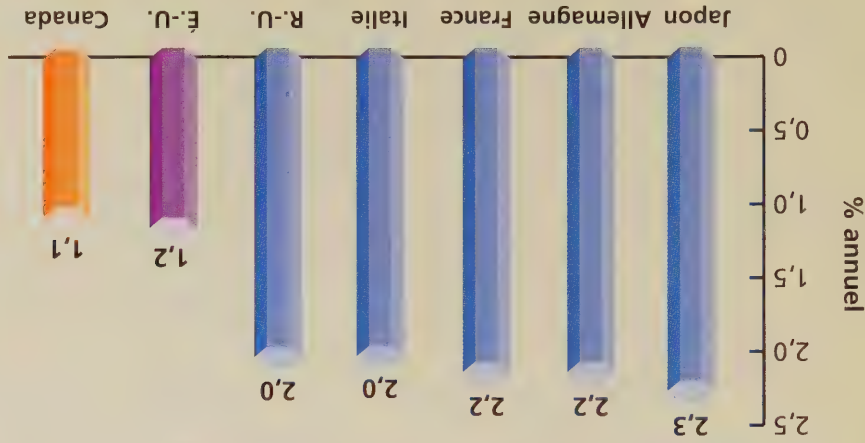
croissance, ce qui leur permettra de demeurer concurrentielles et de se préparer un avenir stable. Grâce à la croissance accrue de la productivité, chaque Canadien pourra participer à une économie prospère, où les emplois seront plus nombreux et rémunérateurs, et épargner et investir en vue de l'avenir.

### Le niveau de vie au Canada

Le niveau de vie au Canada dépasse celui de la majorité des pays. En 1998, l'Organisation des Nations Unies a attribué une fois de plus au Canada le premier rang mondial pour la qualité de vie. Depuis plusieurs années, l'économie canadienne va bon train : le taux d'inflation et les taux d'intérêt sont faibles et le nombre d'emplois a considérablement augmenté (gain net de plus de 1,5 million depuis la fin de 1993). Les points suivants donnent un aperçu du rendement économique actuel du Canada.

- Le climat macroéconomique est favorable à la croissance de la productivité.
- La productivité de la main-d'œuvre commence à s'améliorer.
- Le Canada est le plus ouvert des pays du G-7 quant aux échanges commerciaux et à l'investissement.

### Croissance de la productivité dans les pays du G-7, 1979-1997 (Secteur des entreprises)



L'emploi, le revenu et le niveau de vie en général reposent sur une économie durable et en plein essor, à même de répondre aux besoins et aux ambitions des citoyens et des entreprises alors qu'ils s'adaptent à l'économie mondiale du savoir. Une plus forte productivité permettra aux administrations publiques d'affecter des ressources aux priorités socioéconomiques et environnementales des Canadiens et de continuer d'appuyer les programmes qui leur sont chers et qui amélioreront leur qualité de vie. En outre, les industries disposeront des ressources nécessaires pour investir dans les secteurs et les technologies favorisant la



# Table des matières

## Industrie Canada : Un partenaire indispensable

Aider les Canadiens à accroître leur productivité et leur compétitivité dans l'économie mondiale du savoir .....

Tableau des priorités d'Industrie Canada .....

Industrie Canada en ligne .....

## Innovation

Améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation et favoriser l'évolution vers une économie fondée sur le savoir .....

## Connectivité

Faire du Canada le pays le plus branché du monde .....

## Marché

Créer un marché équitable, efficace et concurrentiel .....

## Investissement

Créer des conditions plus favorables à l'investissement dans l'économie canadienne .....

## Commerce

Travailler avec les entreprises canadiennes à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux .....

## Services de gestion et services généraux

Appuyer les programmes et les services du Ministère .....

## Renseignements supplémentaires

Annexe A : Organigramme du Portefeuille de l'Industrie .....	19
Annexe B : Industrie Canada : Comment nous joindre .....	20
Annexe C : Bureaux régionaux d'Industrie Canada .....	22
Annexe D : Industrie Canada et le Portefeuille de l'Industrie .....	23
Annexe E : Centres du commerce international .....	24
Annexe F : Adresses Internet des Centres de services aux entreprises du Canada .....	26



# Industrie Canada :

## Message du Ministre

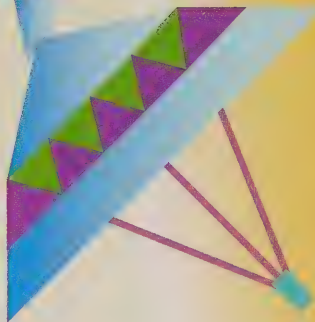
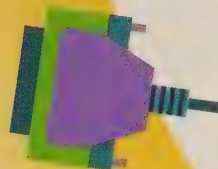
À l'aube du nouveau millénaire, nous envisageons le Canada comme un pays fort et dynamique, appelé à devenir un chef de file dans l'économie mondiale du savoir du <sup>xx</sup>e siècle. Le Portefeuille de l'Industrie, qui regroupe 13 ministères et organismes poursuivant des buts et objectifs complémentaires, joue un rôle important en aidant les Canadiens à faire de cette vision une réalité.

À titre de membre du Portefeuille, Industrie Canada collabore avec ses partenaires et d'autres intervenants pour stimuler la productivité, la création d'emplois et l'augmentation des revenus et ainsi améliorer le niveau de vie au pays. À cette fin, le Canada doit pouvoir compter sur une économie durable et en plein essor, propre à répondre aux besoins et aux aspirations des citoyens et des entreprises alors qu'ils s'adaptent à l'économie mondiale du savoir. Pour aider le secteur privé à stimuler la croissance économique, Industrie Canada a établi cinq objectifs stratégiques axés sur l'innovation, la connectivité, le marché, l'investissement et le commerce.

Le présent document fait état des engagements en matière de rendement que prend Industrie Canada envers ses clients, précise ces engagements pour chacun des cinq objectifs stratégiques et indique les réalisations visées par le Ministère et ses partenaires. Il exprime également la volonté d'Industrie Canada de tenir un rôle de premier plan au sein de l'administration publique fédérale au chapitre des méthodes de gestion novatrices. Le Ministère a donné suite à l'engagement du gouvernement à rendre compte plus clairement de ses résultats à la population canadienne. Essentiellement, le document montre en quoi Industrie Canada est un partenaire indispensable.

Le ministre de l'Industrie,

John Manley





Les lecteurs qui souhaitent obtenir de plus amples renseignements sont invités à consulter le Budget des dépenses 1999-2000 d'Industrie Canada, Partie III – Rapport sur les plans et les priorités, diffusé sous forme électronique sur le Web (<http://info.ic.gc.ca/publications>).

*Industrie Canada : Un partenaire indispensable – Nos priorités en 1999-2000* est diffusé par voie électronique à la même adresse.

Les personnes handicapées peuvent obtenir cette publication sur demande sous une forme adaptée à leurs besoins particuliers. Communiquer avec le Centre de diffusion de l'information aux numéros ci-dessous.

Pour obtenir des exemplaires du présent document, s'adresser au :

Centre de diffusion de l'information  
Direction générale des communications  
Industrie Canada  
Bureau 205D, tour Ouest  
235, rue Queen  
Ottawa (Ontario) K1A 0H5

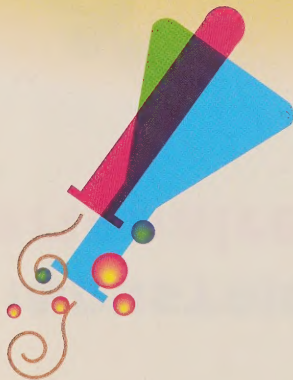
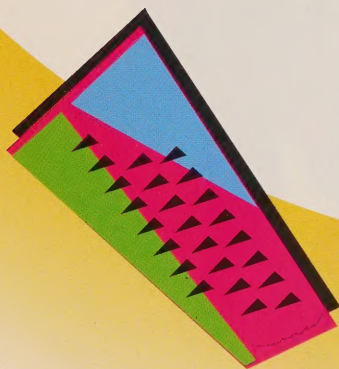
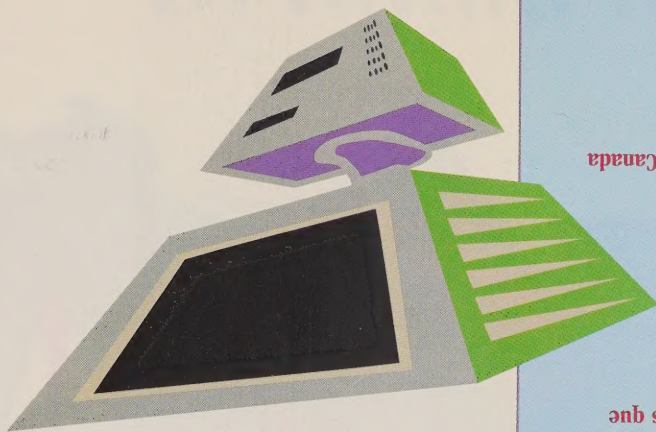
Téléphone : (613) 947-7466  
Télécopieur : (613) 954-6436  
Courriel : [publications@ic.gc.ca](mailto:publications@ic.gc.ca)

Nota – Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

© Sa Majesté la Reine du chef du Canada  
(Industrie Canada) 1999  
N° de catalogue C1-12/2000  
ISBN 0-662-64279-1  
52740B



Contient 10 p. 100 de  
matières après-utilisation



*Nos priorités en  
1999-2000*



**INDUSTRIE CANADA :**  
**Un partenaire indispensable**





*Nos priorités en*  
1999-2000



# **INDUSTRIE CANADA : Un partenaire indispensable**